



## CONTRIBUTION EUROPEENNE « ODYSSEA CROISSANCE BLEUE 2014-2020 »

PROJET INTÉGRÉ AUTOUR DES VILLES-PORTS ET DES  
RÉGIONS MARITIMES & FLUVIALES

## CONTRIBUTION MARTINIQUE LOI POUR L'ECONOMIE BLEUE



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).





## CONTRIBUTION MARTINIQUE « ODYSSEA CROISSANCE BLEUE 2014-2020 » LOI POUR L'ECONOMIE BLEUE

### La Plaisance, la croisière le nautisme, acteurs majeurs du développement du territoire

Depuis 1979, la Fédération Française des Ports de Plaisance place le port de plaisance au centre des préoccupations économiques, environnementales et sociales du territoire. Au service de toutes les diversités, réseau d'unions, d'associations et d'adhérents directs, la FFPP poursuit sa mission de conseil technique, juridique et social et propose des formations adaptées aux métiers de la filière.

Elle est initiatrice du programme Odyssea Croissance et Tourisme Bleu, programme d'avenir dont l'objectif est d'ouvrir le tourisme des cités portuaires à la richesse de l'arrière-pays.

Le tourisme est une activité économique majeure dont l'impact sur la croissance économique et l'emploi, en France et en Europe, est largement positif. La croissance bleue engagée autour du modèle et label Odyssea Croissance et Tourisme Bleu, par la Fédération Française des Ports de Plaisance, la Fédération Française de Voile, le Groupement Européen de Coopération Odyssea, et leurs partenaires, s'organise sur le potentiel maritime de la France qui est au 2ème rang mondial avec sa Zone Economique Exclusive qui représente, à ce jour, 11 millions de km<sup>2</sup> de zone maritime, dont 80 % en Outre-mer.

La plaisance est identifiée depuis plusieurs années comme un levier de développement et de croissance considérable pour les Outre-mer, compte-tenu de leurs atouts touristiques, de leur caractère archipélique et/ou de la proximité avec des îles voisines. Les plaisanciers peuvent y apprécier la qualité des infrastructures terrestres et de l'offre de soins ainsi que la sécurité qui y règne. Par ailleurs, la conformité des équipements, du matériel et des carburants avec les normes européennes, apparaît comme un atout majeur des territoires ultramarins.

La contribution « Odyssea Croissance Bleue 2014-2020 » propose une stratégie d'envergure pour l'innovation européenne et française, au service d'une croissance durable. La Martinique et l'espace Caraïbe font partie intégrante de cette stratégie qui consiste en la mise en écotourisme des Voies bleues navigables au fil de l'eau, des ports connectés aux territoires ruraux par des itinéraires patrimoniaux et la valorisation des voies vertes.

Cette stratégie intégrée vise à soutenir le revenu, à développer l'emploi et à améliorer la qualité de vie des acteurs des filières du tourisme bleu : touristiques, agricoles, artisanales, ainsi qu'à soutenir la recherche, l'innovation et le développement durable.



## CONTEXTE

Le modèle de développement écotouristique Odyssea Croissance et Tourisme Bleu prône la mise en réseau exemplaire des Villes-Ports en France et en Europe. Un Réseau aux perspectives extrêmement prometteuses puisque le Tourisme Bleu constitue un moteur essentiel en Europe pour l'économie et l'emploi de nombreuses régions côtières et îles. Il présente un potentiel de :

- 4 000 ports,
- Près de 3,2 millions d'emplois,
- Un total de 183 milliards € en valeur ajoutée brute pour l'économie de l'UE,
- Plus d'un tiers du produit brut de l'économie maritime.

Mais plus précisément en France, cela représente un potentiel de :

- 473 ports littoraux, 478 ports fluviaux et 78 ports lacustres
- 4 millions de plaisanciers,
- 9 millions d'adeptes qui pratiquent des activités nautiques,
- 1074 clubs de voile, 30 activités nautiques,
- Un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros,
- 40 000 emplois en France,
- 8 500 km de voies navigables,
- 1 032 communes françaises qui sont en situation littorale.

En Martinique, la plaisance contribue à l'attractivité touristique de l'île. On estime qu'elle capte 10 % du marché caribéen (100 000 navires passent au large des côtes, environ 15 000 font escale). En termes de capacité d'accueil des navires, on compte 1550 places à quai réparties dans les 5 principaux ports de plaisance : le port du Marin (le plus important port de plaisance), le port de Case-Pilote, la marina des Trois Ilets, la marina du François et le port de l'Etang Z'abricots.

Avec 52 000 plaisanciers et 36 millions d'euros de recettes touristiques l'an dernier, le Port du Marin, cité pilote Odyssea et du Tourisme Bleu, a l'activité la plus développée de la Caraïbe sud. Les activités nautiques engendrent de nombreuses activités économiques connexes telles que l'avitaillement, la construction, déconstruction et réparation des bateaux, les services d'assurance, la vente de matériel sportif...

Une étude d'Atout France effectuée en 2008 sur la plaisance et le nautisme en Martinique et en Guadeloupe estimait à :

- 248 établissements de la filière du nautisme en Martinique (une entreprise pouvant avoir plusieurs établissements) incluant également l'industrie navale ;
- 1 706 emplois directs et 107.7 M€ de chiffre d'affaires générés par les entreprises de la filière de la plaisance pour l'ensemble de la Martinique et de la Guadeloupe, dont les 2/3 sont générés par les entreprises de location de navires et de réparation navale.

Une nouvelle étude sur l'importance socio-économique du nautisme et conduite par la FIN et la Martinique Yachting Association (MYA) est actuellement en cours et sera disponible d'ici la fin de l'année 2015.

Le modèle Odyssea Croissance et Tourisme Bleu intègre autour des ports, les loisirs et tourisme nautiques, la plaisance, le tourisme de croisière et de navigation. Ce sont plus de 30 activités économiques de loisirs nautiques qui sont concernées. L'objectif d'Odyssea est la mise en écotourisme et en itinérance des voies bleues et vertes au fil de l'eau autour des villes-ports de mers, de fleuves et de lacs.

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. Il bénéficie de l'appui des États et des Régions signataires du Livre Blanc du modèle Odyssea ; un réseau fort d'un label européen et d'un projet stratégique innovant qui concerne l'ensemble des États membres de l'Union Européenne et des espaces de coopération à l'exemple de **l'espace Caraïbes**.

## CONTEXTE

La stratégie « Destination France 2010-2020 » et les Assises du Tourisme ont souligné la nécessité, dans un contexte concurrentiel intensif et un environnement économique complexe, de consolider les destinations et marques existantes et d'en faire émerger de nouvelles, structurées, et à forte visibilité internationale. C'est dans cette perspective que le modèle Odysee Croissance et Tourisme Bleu s'inscrit.

Le tourisme est un secteur stratégique pour l'économie française : il représente plus de deux millions d'emplois directs et indirects, pèse plus de 7 % de notre richesse nationale, et rapporte plus d'une dizaine de milliards d'euros d'excédent chaque année à notre solde commercial.

C'est un secteur stratégique pour le rayonnement international de la France : avec plus de 80 millions de touristes étrangers accueillis dans notre pays, le tourisme est une vitrine de la France à l'étranger. La grande majorité de ces touristes sont Européens ; nous accueillons également près de trois millions d'Américains chaque année, 2 millions de touristes en provenance du continent africain et 1,5 millions de Chinois.

Le tourisme est donc une chance pour la France et pour tous les Français qui en bénéficient, d'abord bien sûr pour les 60 % de Français qui partent chaque année en vacances et qui choisissent, dans plus de 80 %, des cas notre pays comme lieu de villégiature.

Mais cette chance doit être entretenue et développée, car il s'agit d'un secteur de plus en plus concurrentiel. Si la beauté de notre pays est incontestée, si nous sommes la première destination touristique au monde depuis les années 1980, nous nous trouvons pourtant qu'en troisième position, derrière les Etats-Unis et l'Espagne pour ce qui est des recettes issues du tourisme. Le tourisme est un secteur d'avenir – il y a un milliard de touristes aujourd'hui, ils seront deux milliards dans vingt ans, avec un niveau d'exigence sans cesse croissant.

### Projection du nombre de touristes en 2030

\*hypothèse si la France réussit à capter 5% de la croissance mondiale

	2012	2020	2030
<b>Monde</b>	1 035 millions	1 560 millions	1 800 millions
<b>France</b>	83 millions	109 millions *	121 millions*

Nous pouvons et devons faire mieux pour développer l'attractivité de la France et son outre-mer : c'est un enjeu majeur. C'est pourquoi le président de la République a décidé de faire du tourisme une priorité nationale. C'est pourquoi le ministère des Affaires étrangères et du Développement international, désormais en charge de la promotion du tourisme, s'est donné comme objectif de conforter la place de la France au premier rang des destinations touristiques dans le monde et de dégager le premier solde touristique de tous les pays européens. C'est dans ce contexte que la Martinique va s'investir et contribuer à atteindre ces objectifs.

## CONTEXTE

---

### Croissance bleue, le tourisme maritime et côtier, une priorité de la Commission Européenne

#### Croissance bleue : les perspectives de croissance durable pour le secteur maritime européen

Dans une communication sur la « Croissance bleue », adoptée le 13 septembre 2014, la Commission Européenne souligne le potentiel de croissance des secteurs marin et maritime en Europe. Ces secteurs représentent ainsi 5,4 millions d'emplois et une valeur ajoutée brute de 500 milliards € environ. Des chiffres qui, d'ici 2020, devraient augmenter pour atteindre 7 millions et près de 600 milliards € respectivement.

Pour favoriser le développement de ces potentiels, la Commission Européenne propose une stratégie de long terme basée sur cinq domaines spécifiques clés :

1. **Tourisme maritime, tourisme côtier et tourisme de croisière ;**
2. **Énergie bleue ;**
3. **Ressources minérales marines ;**
4. **Aquaculture ;**
5. **Biotechnologie bleue.**

#### Les 14 actions stratégiques de la Commission Européenne :

1. s'efforcer de combler les lacunes en matière de disponibilité des données relatives au tourisme, notamment en ce qui concerne le tourisme côtier et maritime ;
2. mettre davantage l'accent sur la dimension côtière et maritime, le cas échéant, dans les initiatives touristiques de l'UE, et notamment dans les campagnes de promotion et de communication ;
3. favoriser un dialogue paneuropéen entre les organisateurs de croisières, les ports et les acteurs du tourisme côtier ;
4. soutenir le développement des partenariats transnationaux et interrégionaux, des réseaux, des regroupements et des stratégies de spécialisation intelligente ;
5. évaluer la nécessité d'une action de l'UE en ce qui concerne les qualifications demandées aux skippers professionnels et aux navigateurs de plaisance ;
6. évaluer la nécessité d'une action de l'UE en ce qui concerne des dispositions relatives aux équipements de sécurité pour le tourisme nautique ;
7. encourager les systèmes de gestion novateurs au moyen des TIC et du portail des entreprises du tourisme ;
8. favoriser l'écotourisme, en utilisant les indicateurs du système de management environnemental et d'audit de l'Union et du label écologique de l'UE et encourager l'établissement de liens avec d'autres actions en matière de durabilité ;
9. encourager la mise en oeuvre du protocole de la convention de Barcelone relatif à la gestion intégrée des zones côtières et de la recommandation du Conseil correspondante et promouvoir la planification de l'espace maritime et l'infrastructure verte, afin de garantir le développement durable des zones côtières de l'UE ;
10. promouvoir des stratégies en matière de prévention et de gestion des déchets ainsi que de déchets marins pour soutenir le tourisme côtier et maritime durable ;
11. encourager la diversification et l'intégration des destinations côtières et intérieures présentant un intérêt, notamment grâce aux itinéraires thématiques transnationaux comme les itinéraires culturels et religieux ou d'anciennes voies commerciales ;
12. commander une étude sur la manière d'améliorer la connectivité des îles et établir des stratégies touristiques innovantes pour les îles (éloignées) ;

13. commander une étude visant à recenser les pratiques innovantes pour le développement des ports de plaisance ;
14. élaborer un guide en ligne donnant une vue d'ensemble des principales possibilités de financement disponibles pour le secteur (en particulier pour les PME).

## **Une étude\* intitulée « *les Français et la mer* » illustre la nécessité de créer un 6ème Pôle d'Excellence de Tourisme bleu en France et un pôle pilote et exemplaire en Martinique**

- *Le bord de mer est le lieu de vie préféré des Français, attirant près d'une personne sur trois, et cette tendance s'affirme au fil des années.*
- *D'une manière générale, la mer et toutes les thématiques s'y rapportant suscitent un grand intérêt chez les Français, qu'ils habitent la métropole ou l'outre-mer. Globalement, ils présentent un très fort intérêt pour les problématiques environnementales, un intérêt relativement élevé pour les questions culturelles et de loisirs, et un intérêt moindre pour les activités maritimes elles-mêmes.*
- *Que ce soit en métropole ou en outre-mer, les personnes interrogées jouissent avant tout de la mer pour la détente et le divertissement. La dimension économique de l'usage de la mer est plus forte en outre-mer qu'en métropole.*
- *La reconnaissance de l'importance du rôle de la mer, que ce soit sur le plan écologique ou économique, est partagée dans tous les territoires.*
- *La plupart des Français, même parmi les habitants d'outre-mer, sous-estiment la part de l'outre-mer dans le domaine maritime français.*
- *La grande majorité des Français interrogés opte pour un scénario conciliant le développement d'activités humaines et la protection du milieu marin et pense qu'il faut développer des activités humaines plus respectueuses de l'environnement.*

*\*Étude de l'Institut IFOP réalisée sur la perception « les Français et la mer »*



## CONTRIBUTION LOI POUR L'ÉCONOMIE BLEUE

Le rapport Poséidon, le Grenelle de l'environnement, puis celui de la mer, nous ont permis de mettre sur le devant de la scène le littoral, la mer et nos ports. Dans une approche terre-mer indispensable à toute politique durable des espaces côtiers afin de passer d'une phase d'expérimentation de la gestion intégrée des zones côtières (GIZC) à une phase de généralisation des démarches **de gestion intégrée de la mer et du littoral**.

Notre pays compte neuf millions de pratiquants du nautisme dont 4,5 millions de plaisanciers. Cette France maritime participe assurément à la prospérité économique et au rayonnement culturel de notre pays.

Le Tourisme Bleu s'affirme désormais comme une composante majeure d'une société civile maritime qui représente un poids économique direct de plus de 5 milliards d'euros. Chaque jour, à travers leurs 5 000 entreprises, 50 000 salariés, leurs 473 ports littoraux, 478 ports fluviaux et 78 ports lacustres ou leurs 900 000 licenciés, les membres du Cluster Croissance et Tourisme Bleu by Odyssea s'engagent quotidiennement dans le développement durable des régions métropolitaines et ultramarines.

Les acteurs du Tourisme Bleu souhaitent désormais faire mieux entendre leur voix auprès des régions comme la Martinique qui intéresse plus particulièrement le partage, les usages, la gestion et la mise en valeur des espaces marins en lien avec ses espaces ruraux.

En premier lieu, les démarches que vous entendez engager dans le cadre du soutien au secteur économique local, à la formation professionnelle et au développement des infrastructures et plus spécifiquement :

- L'appui à l'innovation et à l'export, sachant que les entreprises du nautisme exportent près de  $\frac{3}{4}$  de leur production ;
- L'accompagnement à la formation professionnelle et à l'apprentissage (formation initiale, formation continue, sécurisation des parcours professionnels...);
- Le développement des grands équipements comme les ports de plaisance à flot ou à terre, les cales de mise à l'eau ou les centres nautiques.

En outre, si la mise en valeur de nos sites naturels nous semble être aujourd'hui un facteur essentiel au développement territorial, il ne peut s'exonérer du respect des pratiques nautiques. Pour cela, nous souhaiterions conduire des propositions pour :

- accompagner un développement harmonieux du nautisme dans le respect de la préservation de l'environnement marin et littoral ;
- soutenir les acteurs du nautisme et de la plaisance par une politique sportive, événementielle et touristique adaptée ;
- développer des projets « éducatifs » tant en matière d'éducation au développement durable en direction des lycées que par l'accompagnement des projets de sciences éducatives à destination du public.

**Au plan régional de la Martinique, le secteur du tourisme est appréhendé comme un moteur de la croissance et de la création d'emplois. Le Conseil Régional a inscrit cette priorité dans le Schéma d'Aménagement Régional (SAR) et le Schéma de Mise en Valeur de la Mer (SMVM), en cours de révision, en cohérence avec les Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT), et la charte du Parc Naturel Régional de la Martinique.**

Enfin, force est de constater que la gouvernance de la politique maritime intégrée s'est complexifiée et densifiée ces dernières années. Nous souhaiterions d'une part que le pôle stratégique du Tourisme Bleu puisse être intégré dans toutes les instances de gouvernance (Schéma régional d'aménagement et de développement du territoire (SRADT), Schéma d'aménagement régional (SAR), Schéma directeur d'aménagement et de gestion des eaux (SDAGE), Schéma de mise en valeur de la mer (SMVM), Gestion Intégrale des Zones côtières (GIZC), Parlement de la mer, chartes, etc.

## CONTRIBUTION LOI POUR L'ECONOMIE BLEUE

« ODYSSEA CROISSANCE BLEUE 2014-2020 », C'EST 6 GRANDS AXES STRATÉGIQUES MAJEURS POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE DES VOIES BLEUES NAVIGABLES TOURISTIQUES ET PATRIMONIALES AUTOUR DES PORTS :

**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 à la destination 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 Qualité des Ports et Destinations portuaires d'Excellence, visant à développer la qualité de l'accueil, une montée en gamme des offres et des services et une meilleure accessibilité pour tous.

**Axe 4.** L'organisation de l'itinérance autour de la symbiose ville - port de plaisance - hinterland, le long d'un grand itinéraire Mer & terre, grâce au concept innovant d'Eco-gare Odyssea Protect et d'écomobilité. [www.odyssea.eu/ports/outils-odyssea/eco-gare-odyssea/](http://www.odyssea.eu/ports/outils-odyssea/eco-gare-odyssea/)



*Eco-Gare Odyssea Protect*

**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.

**Axe 6.** La formation des acteurs économiques engagés et l'insertion économique et des personnes en recherche d'emploi.

**Modèle sociétal :** Odyssea défend la thèse civilisationnelle où tout a commencé par les villes-ports, la navigation sur les mers, les voies fluviales, l'organisation territoriale de la cité portuaire en lien avec son terroir, les mythes, les religions, les grandes découvertes, les arts, les échanges culturels et commerciaux... Odyssea inscrit ainsi la ville-port au sein d'un grand itinéraire culturel européen dont les escales de l'histoire trouvent écho dans chacune des destinations portuaires régionales engagées. Il favorise avec ses interconnexions au sein de l'espace maritime et fluvial européen, la prise de conscience d'une identité portée par des valeurs, des cultures et une histoire communes.



## CONTRIBUTION LOI POUR L'ECONOMIE BLEUE

---

Des pôles d'excellence pour renouveler l'image touristique de la France

### Pôle « Destination Tourisme Bleu by Odyssea »

---

#### *L'ambition maritime, lacustre et fluviale de la France et une spécialisation à forte valeur ajoutée pour la Martinique*

La France souffre d'un déficit en termes de lisibilité de son ambition maritime et d'une organisation commune pour qualifier, promouvoir et distribuer des produits d'écotourisme nautique, de plaisance et de croisière.

Pourtant la France du Tourisme Bleu dispose d'un potentiel stratégique : elle est au 2ème rang mondial avec sa zone économique exclusive qui représente, à ce jour, 11 millions de km<sup>2</sup> de zone maritime, dont 80 % en Outre-mer. La France, avec une représentativité de la filière de 473 ports littoraux, 478 ports fluviaux et 78 ports lacustres, 30 activités nautiques pour un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros et 40 000 emplois, est le premier pays littoral d'Europe. Les plus grandes villes françaises sont des ports : Paris, Marseille, Lyon, Bordeaux, Toulouse, Nice, Nantes, Strasbourg, Fort de France, Cayenne, Nouméa, Pointe-à-Pitre.... C'est également, avec 8 500 km de voies navigables, le plus long réseau fluvial exploitable d'Europe, ce qui représente un atout fort pour le développement du produit touristique nautique et des loisirs au fil de l'eau.

#### **Destination Tourisme Bleu<sup>®</sup>, la France au fil de l'eau**

Même si elle peut englober une grande diversité d'offres, la nouvelle marque protégée à l'INPI « Destination Tourisme Bleu<sup>®</sup> » désigne les formes de tourisme et d'écotourisme centrées sur les 30 activités nautiques, la plaisance, la croisière, le pescatourisme et sur l'itinérance douce au fil de l'eau (en bateau, à vélo, à pied, à cheval...). Le Tourisme Bleu valorise une offre intégrée de tourisme durable de destination autour des villes-ports maritimes, fluviales et lacustres, et décline 4 thématiques d'escales de la France au fil de l'eau, permettant le développement d'itinéraires patrimoniaux et une plus grande proximité avec la nature, les cultures locales, la gastronomie, le patrimoine, ainsi qu'un meilleur accès pour tous à la culture maritime et ses pratiques sportives et de loisirs.

Le Cluster Croissance et Tourisme Bleu by Odyssea a pour objectif de positionner le tourisme bleu comme le 6ème Pôle d'Excellence du tourisme français, au même titre que l'oenotourisme, le tourisme de montagne... Son ambition est de devenir la plateforme économique et de coopération entre les acteurs de la filière nautique, la Confédération du Nautisme et de la Plaisance, les destinations françaises et les instances nationales, régionales et européennes, compétentes sur la question du tourisme maritime, côtier, lacustre et fluvial. Une stratégie qui s'inscrit en coopération avec **Atout France**, le **Pôle Tourisme** du ministère des Affaires étrangères et du Développement International, la **DGE**, les ministères concernés et les régions pilotes à l'exemple de la Martinique.

## **Pourquoi un 6ème Pôle d'Excellence : le Tourisme Bleu® en France ?**

- *Pour se doter d'un outil opérationnel qui va répondre à l'ambition maritime, lacustre et fluviale de la France, au 2ème rang mondial avec sa zone économique maritime.*
- *Pour rassembler les professionnels concernés par la thématique du Tourisme Bleu : 473 ports maritimes, 478 ports fluviaux, 78 ports lacustres, les 40 000 emplois concernés par les 30 activités nautiques, les acteurs de la culture, de la pêche, de l'environnement, des offices de Tourisme, et mettre en réseau exemplaire les Villes-Ports et leurs EPCI.*
- *Pour développer des offres bleues plus tendances, plus accessibles, plus éco-compatibles, plus solidaires et plus attractives, en lien avec les organismes locaux et territoriaux.*
- *Pour identifier collectivement des actions à développer, et promouvoir collectivement nos produits en France et à l'international, incitant ainsi les touristes internationaux à prolonger leur séjour et à découvrir de façon originale et attractive l'ensemble de la France et son outre-mer au fil de l'eau.*

### **Les principaux défis et avantages pour la France**

- **La France dispose d'avantages comparatifs exceptionnels pouvant en faire une référence en matière de tourisme maritime, côtier et fluvial** : un espace exceptionnel maritime et fluvial, un patrimoine maritime, lacustre et fluvial, une diversité des paysages français, des espaces naturels maritimes remarquables, la qualité et le potentiel des activités nautiques, l'attractivité et l'importance des villes portuaires, le développement des croisières à intégrer dans les politiques portuaires et fluviales, la richesse et l'originalité des offres de destination des outre-mer...
- Depuis longtemps, les territoires et villes portuaires ont tourné le dos à la mer ou leur fleuve. L'objectif du modèle territorial Odyssea est de faire du fleuve, de la mer, un axe fédérateur du territoire, un moteur environnemental, économique, culturel, social et de loisirs verts et bleus.
- La France souffre d'un déficit en termes de lisibilité de son ambition maritime et d'une organisation commune pour qualifier, promouvoir et distribuer des produits d'écotourisme nautique et de croisière ;
- L'intermodalité touristique doit encore être renforcée entre les villes-ports et leur arrière-pays dans le modèle de l'écosystème d'écotourisme et d'Eco-gare Odyssea Protect.
- Des actions de promotion communes à plusieurs territoires doivent être développées autour de la marque Tourisme Bleu, comme une nouvelle offre originale et thématique de la destination France.
- Les routes bleues et vertes de la France au fil de l'eau sont un nouveau concept original d'itinérance douce et culturelle interrégionale et européenne, dans le label et modèle d'itinéraire culturel Odyssea, dans l'éthique des itinéraires du Conseil de l'Europe, de l'UNESCO et des valeurs du développement durable.
- Mettre en place un portail numérique commun pour donner de la visibilité aux destinations, entreprises, offres, services et produits de Tourisme Bleu.
- Proposer le GIE Cluster du Tourisme Bleu à Atout France comme « le » fédérateur d'un tourisme thématique et développer au sein d'Atout France des plans d'action marketing sur les marchés ciblés.
- Accompagner la structuration des offres, services, produits, selon les 6 axes stratégiques « Odyssea Croissance et Tourisme Bleu », en élaborant des schémas locaux de développement écotouristique dans les destinations candidates (cf. exemple Sud Martinique – Provence Sud sainte Baume, Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon, la Guyane...).

- Qualifier et mettre en valeur les patrimoines culturels et naturels maritimes, lacustres et fluviaux, renforcer et valoriser l'offre gastronomique des villes-ports comme des escales patrimoine phare, développer ou renforcer les itinéraires bleus et verts au fil de l'eau dans une logique d'itinérance douce de port en ville-port et sur toute la France.
- Proposer une charte de Qualité de la marque Tourisme Bleu by Odyssea à laquelle peuvent adhérer toutes les structures publiques et privées du réseau, qui veulent s'impliquer et agir pour le développement du tourisme durable bleu en France et en Europe, en cohérence avec l'initiative du Réseau Européen des Régions pour un Tourisme Durable et Compétitif (NECSTouR).
- Produire des données statistiques sur le développement du tourisme bleu.
- Innover dans l'offre touristique en développant les activités balnéaires, maritimes et nautiques, notamment à travers les ports de plaisance et le bassin nautique ; penser le littoral comme une destination favorable aux itinérances et à la diversification de l'offre touristique.

***Le modèle Odyssea démontre ainsi que la valorisation des patrimoines portuaires et leurs voies navigables à l'échelle de la Martinique et son bassin de navigation des Caraïbes est un enjeu majeur pour l'aménagement du territoire, dans le cadre d'un projet global, intégré, expérimental et transférable.***

## Le tourisme outre-mer : une mutation nécessaire

---

### Les principaux défis et avantages pour la Martinique à s'engager dans une spécialisation de croissance et Tourisme Bleu

#### Des touristes d'origine moins variée qu'à l'échelle de la Caraïbe

Alors que les quatre cinquièmes des touristes séjournant à la Martinique sont des résidents français, les autres îles de la région, souvent anglophones, accueillent des clients d'origine variée. Ainsi, en 2013, près de la moitié des touristes séjournant dans la région sont originaires des Etats-Unis, 12 % du Canada et 19 % d'Europe.

Une plus grande variété d'origine de la clientèle permet, dans une certaine mesure, d'atténuer les effets de la saisonnalité, ce qui a un effet favorable sur le niveau des taux d'occupation. Or, à la Martinique, les touristes originaires des États-Unis et du Canada ne représentent respectivement que 0,6 % et 1,6 % de la clientèle.

En février 2014, la Cour des comptes note que bien que le tourisme représente un levier de croissance pour les économies insulaires d'outre-mer, il est en crise depuis le début des années 2000. La Cour insiste sur le fait que l'offre touristique ultramarine reste inadaptée aux attentes de la clientèle internationale, les îles concurrentes bénéficiant de charges d'exploitation moins élevées, de normes de construction meilleur marché, de parités de change plus favorables et d'un accueil jugé souvent de meilleure qualité. **Aussi, c'est vraisemblablement en choyant sa clientèle traditionnelle et en satisfaisant les attentes d'une clientèle plus diversifiée comme celle du Tourisme Bleu (nautique, plaisance et croisière) que l'Outre-mer français pourrait améliorer ses performances.**

#### Le tourisme ultramarin : un contexte spécifique et des difficultés mises en exergue dans de nombreux rapports

Les Outre-mer français sont un espace fragmenté présent dans trois blocs géographiques spécifiques (océan Pacifique, océan Atlantique, océan Indien) et non homogènes. Sa situation est paradoxale : il a d'une part largement bénéficié de l'essor des flux touristiques mondiaux à compter des années 60, particulièrement aux Antilles et en Polynésie mais a ensuite été confronté à la crise de son modèle. Les difficultés et les atouts de l'Outre-mer ont été maintes fois décrits. Les Outre-mer sont dotées de ressources patrimoniales associées à des paysages naturels exceptionnels et des atouts liés à l'identité et la diversité culturelles, mais ces destinations sont également pénalisées par un niveau de concurrence élevé, compte tenu du dynamisme des îles voisines et de la compétitivité de leur offre. Le degré de dépendance élevé vis-à-vis de la clientèle métropolitaine est également l'une des sources principales de vulnérabilité. La fréquentation touristique des départements d'outre-mer reste donc en retrait par rapport à leurs concurrents de la même zone. Dans l'océan Indien, Maurice accueille près de 1 million de visiteurs tandis que les Maldives ont reçu 1,1 million de visiteurs en 2013. Dans la Caraïbe, la fréquentation touristique de la République Dominicaine est la plus élevée de la zone avec près de 5 millions de visiteurs en 2013. Cuba, la Jamaïque, Porto Rico et les Bahamas complètent le quintette de tête en recevant chacun plus de 1 million de visiteurs en 2013. Pour la Cour des comptes, la bonne tenue de la fréquentation touristique des îles voisines s'expliquerait notamment par « une offre touristique plus adaptée à la clientèle internationale, des charges d'exploitation moins élevées, des normes de construction meilleur marché, des parités de change plus favorables et un accueil jugé souvent de meilleure qualité ».

## CONTRIBUTION LOI POUR L'ECONOMIE BLEUE

### La Martinique un pôle d'excellence de Tourisme Bleu et Vert by Odyssea

La question de la spécialisation dans le tourisme bleu est vert pour la Martinique est posée. L'opération stratégique de Croissance et Tourisme Bleu en Martinique doit permettre notamment :

- De valoriser les paysages, la culture et les spécificités locales dans un plan de médiation touristique et numérique innovant.
- De développer l'écotourisme en s'appuyant sur des modes de déplacements 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 « Sud Martinique » avec la Région dans la Caraïbe et avec une vision stratégique concernant l'accessibilité de la destination, l'écomobilité et l'itinérance littoral - rural.
- De dynamiser l'innovation et l'économie du savoir.
- D'aider les PME et 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 PNR de la Martinique.

**De repérer les Points d'Intérêt de la destination Martinique et ses 18 thématiques à valoriser dans les itinéraires thématiques et dans des projets d'investissement. Seront étudiées et vérifiées en termes de faisabilité, plusieurs pistes de développement basées sur des études ou réflexions déjà menées par Martinique Développement :**

1. **La Route du café** avec un cahier des charges pour les producteurs reposant sur 3 ou 4 communes du nord caraïbe de la Martinique (agglomération Cap Nord) avec une création d'un musée sur le modèle de la Réunion ;
2. **la Route des grands hommes** sur la côte atlantique de la Martinique (agglomération Cap Nord) et un aboutissement à Fort de France ou au Diamant ;
3. Le développement des **marais salants de Ste Anne** ;
4. **le rhum agricole AOC de Martinique** ;
5. la filière de **l'ébénisterie martiniquaise** en lien avec les îles d'Antigue, Nevis et Bequia, pour le marché américain ou anglais, sur une niche de meubles de qualité ;
6. **les algues spirulines** ;
7. **le chocolat** ;
8. **les épices /la vanille** ;
9. **la canne à sucre** ;
10. **la banane et les fruits** ;
11. **la cuisine et la gastronomie locale** ;
12. **les fleurs** ;
13. **les produits de la pêche** (poissons, langoustes, oursins...) ;
14. **les plantes aromatiques et médicinales** ;
15. **les métiers d'art et d'artisanat** ;
16. **les personnages célèbres, les légendes** (patrimoine immatériel) ;
17. **le patrimoine maritime** (Yoles) ;
18. **l'aquaphonie** (une forme d'aquaculture intégrée qui associe une culture de végétaux en « symbiose » avec l'élevage de poissons)

...

**De faciliter en Martinique l'installation des activités de l'offre du Tourisme Bleu : Plaisance – Croisière – Itinéraires – 4 thématiques d'escales et les 30 activités nautiques, afin qu'elle devienne une Destination Bleue reconnue au niveau international :**

1. Aviron
2. Canoë-kayak
3. Canyonisme
4. Chasse sous-marine
5. Barefoot (nu-pied)
6. Bateau-dragon
7. Bodyboard
8. Canoé-kayak
9. Flyboard
10. Hockey-subaquatique
11. Joutes nautiques
12. Kitesurf
13. Kneeboard
14. Motomarine
15. Motonautisme
16. Nage en eau vive ou Hydrospeed
17. Pêche et pêche sportive
18. Planche à voile
19. Plongée Apnée - Plongée sous-marine
20. Rame traditionnelle provençale
21. Rafting
22. Ski nautique
23. skimboard
24. Surf
25. Voile
26. Wakeboard
27. Wakefoil
28. Wakeskate - Wakesurf
29. water-polo
30. Wave-ski ou wave-ski surfing

**De conforter et développer la place de la Martinique dans le marché de la Croisière, où la Caraïbe est la première destination du monde**

La Caraïbe est la première destination dans le monde en termes de croisière. En 2013, elle représente 45,8 % du trafic de croisière mondiale avec 21,8 millions de croisiéristes. La fréquentation des croisiéristes se fait principalement au cours des mois d'octobre à mai (entre 1,5 à 3,0 millions de passagers par mois). Le reste de l'année, les flux de croisiéristes sont moins importants (entre 1,0 et 1,5 millions mensuel).

Entre 1990-2013, le flux de touristes à destination de la région Caraïbe progresse de 3,0 % en moyenne par an, contre + 4,0 % pour le tourisme mondial.

Le segment de la croisière à destination des Antilles est significatif des difficultés rencontrées par le secteur touristique. Alors que la région Caraïbe est la première destination mondiale en termes de croisière (la fréquentation des îles voisines est de l'ordre du demi- million), le nombre de croisiéristes à destination de la Guadeloupe et de la Martinique s'est effondré depuis la fin des années 90 pour n'être qu'à peine supérieur à 100 000 croisiéristes dans chaque géographie en 2013. En 2013, le nombre de croisiéristes accueillis par la Guadeloupe et la Martinique constitue l'un des plus faibles de la zone. Pour comparaison, les Bahamas accueillent près de 5 millions de croisiéristes tandis que la partie hollandaise de Saint-Martin en accueille plus de 1,5 million.



Le segment de la croisière, et notamment de la croisière basée, semble toutefois connaître une meilleure orientation depuis 2012, notamment en raison d'une densification de l'offre et de l'arrivée de nouvelles compagnies sur le marché. Les retombées économiques de la croisière sont néanmoins marginales dans les deux géographies puisque le Comité Martiniquais du Tourisme (CMT) estime la dépense par croisiériste sur le sol martiniquais à 12 euros en moyenne, en 2013 (contre 590 euros pour un touriste de séjour).

### ***De mener une réflexion sur l'accueil des croisières et une structuration pour adapter l'offre***

Les principales tendances actuelles du secteur de la croisière qui impactent des stratégies territoriales des collectivités qui souhaitent accueillir les bateaux, sont les suivantes :

- Les réductions en coûts unitaires que représentent les méga-navires ;
- Les paquebots de croisière géants semblent rencontrer beaucoup de succès auprès des clientèles ;
- Comme le montrent les carnets de commande, les paquebots plus petits continuent à être construits mais ont tendance à s'agrandir ;
- Les navires géants remplaceront petit à petit les paquebots de tonnage inférieur construits avant 1990 ;
- La tendance vers des navires de grande dimension est nette dans les commandes et constructions en cours. La moitié de celles-ci concernent en effet des unités d'une longueur égale ou supérieure à 300 mètres qui représenteront 80 % des capacités nouvelles ;
- Structurer les offres pour les bateaux de croisière de petite capacité vers les plus petits ports de Martinique ;
- Organiser et structurer l'itinérance et l'offre à partir des ports d'escale.

Les ports français souffrent d'un déficit de capacité d'accueil. Les ports français ont accueilli plus de 1,9 millions de croisiéristes en 2009. Ils jouent un rôle important dans le marché «croisière» de la méditerranée occidentale, principalement en tant qu'escale mais également en tant que tête de ligne (notamment pour Marseille et Nice). La question des capacités d'accueil des ports se posent également en outre-mer et notamment dans les Antilles françaises.

Une destination « croisière » doit définir un positionnement et une ambition. Pour cela, il est nécessaire d'identifier les points forts et les points faibles de chaque destination, en prenant en compte les attentes des compagnies, les contraintes du contexte local, les logiques des marchés cibles du bassin dans lequel elle se trouve.

L'encadrement, voire la limitation, de l'activité croisière dans les espaces sensibles peut permettre d'assurer une qualité du produit et de la destination.

Il s'agit aussi pour chaque destination d'identifier sa capacité de charge. Les stratégies croisière s'élaborent à plusieurs échelles :

- à l'échelle locale, du port et de la ville d'accueil, il faut se demander quel positionnement est souhaitable, pour quelles retombées escomptées ;
- à l'échelle des façades ou des bassins de navigation, il faut rechercher les complémentarités et les synergies et identifier les opportunités, notamment en outre-mer où certaines destinations françaises isolées ont sans doute des cartes à jouer avec leurs voisins étrangers ;
- à l'échelle nationale, il faut s'interroger sur l'éventuel regroupement de destinations locales, réfléchir à la mise en place d'outils d'évaluation, mettre en évidence les bonnes pratiques recensées sur le terrain pour les diffuser ailleurs, tenter d'améliorer l'image de la destination croisière et réfléchir aux moyens d'en faire la promotion collective.

Le Cluster Croissance et Tourisme Bleu by Odyssea vise un regroupement des destinations locales à l'échelle de la « Destination France » qui compte des centaines de ports dans les cinq bassins maritimes : Atlantique, Pacifique, Indien, Méditerranée et Caraïbes, un pôle qui présenterait l'intérêt de favoriser le développement.

En termes d'objectif opérationnel, la Région Martinique avec le GEC Odyssea et la FFPP pourraient se fixer comme objectif d'identifier les ports capables d'accueillir des bateaux de croisière, d'en tracer le profil notamment en termes de capacités de charge et de qualité de service ; de faire des propositions en vue d'améliorer la qualité de l'offre en la matière, en examinant notamment la question du potentiel et en élargissant la réflexion au label Qualité Tourisme.

**Engager des investissements structurants pour garantir une meilleure attractivité et compétitivité des Destinations Bleues comme la Martinique, dans le respect de son modèle de développement durable. Ceci se caractérise par :**

- **Une Approche Territoriale Intégrée : identification des priorités d'interventions organisées sur plusieurs thématiques complémentaires, pluri-partenariales, déclinées en plan d'actions pluriannuel, 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. Avec la compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » qui devient une compétence obligatoire des EPCI en lieu et place des communes membres au 1er janvier 2017.**
- **La définition du projet de territoire durable et la prise en compte de la participation de la population et des acteurs du territoire ; l'organisation du pilotage (de la décision à la mise en œuvre) à travers une gouvernance identifiée ; la transversalité des approches ; l'évaluation partagée du projet ; une stratégie d'amélioration continue, d'aménager, construire et produire de manière responsable.**
- **Un plan d'actions pluriannuel : 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 co-financeurs, un rétroplanning de réalisation homogène sur l'ensemble de la période de programmation.**

**Axe 1. Investir dans des solutions innovantes et éco-compatibles concernant l'aménagement des destinations portuaires en lien avec leur collectivité régionale.**

La plaisance et le nautisme sont identifiés comme des filières majeures en France et en Europe mais à adapter. La valorisation touristique de la plaisance et du nautisme s'inscrit comme des volontés fortes des régions, des pays et de l'Europe. La plaisance est une activité touristique à forte contribution, puisque les dépenses des plaisanciers en escale sont évaluées à environ cent cinquante euros par bateau et par jour.

L'aménagement des villes-ports pour qualifier des offres touristiques d'excellence renforce l'attractivité des territoires. Cette nouvelle ambition des ports pour le tourisme vise la montée en gamme de l'offre, la professionnalisation des acteurs, le changement d'image et la promotion des destinations régionales. Elle vise également la diversification de l'économie touristique par un travail plus transversal sur les filières.

En revanche, certains problèmes sont relevés, comme la part des bateaux restant à quai dans les ports, le vieillissement des infrastructures portuaires, les carences en termes d'accueil touristique, le manque de qualité de certains commerces aux abords des ports ou encore la faiblesse des équipements écologiques ou le manque de synergies entre les ports, les villes et leur hinterland.

Un projet de destinations portuaires d'excellence avec des investissements qui permettent aux ports d'offrir aux plaisanciers, aux habitants et touristes de meilleurs services, qui facilitent une meilleure connaissance des offres et des services dans une recherche de protection de l'environnement, est une priorité. Des solutions innovantes et éco-compatibles sont les principaux enjeux de développement « Odyssea 2014-2020 ». Des projets d'extension ou de requalification qui devront répondre à :

- Une demande sans cesse renouvelée de besoins de modernisation, de différenciation des conditions d'accueil pour soutenir la filière nautique et renforcer l'attractivité du port au bénéfice de la station, de la collectivité et de son territoire d'influence.
- Une approche quantitative à visée économique, qui ne doit pourtant pas faire oublier la volonté de positionner les ports dans un sens plus qualitatif pour répondre aux attentes des plaisanciers et déjouer les effets de masse. Il s'agit de proposer une offre de services et des espaces portuaires à forte typicité, capable de nourrir des sentiments d'appartenance, d'art de vivre et de qualité de vie pour les populations locales.
- Un soutien à toutes formes d'animations événementielles des 4 saisons (régates, défis sportifs, fêtes, célébrations, salons, circuits de découvertes, gastronomie, bien-être...) et de formation aux pratiques de la mer sous toutes ses formes (voile, plongée, pêche...), grâce à une politique nautique fédératrice (moniteurs, professionnels, associations...) permettant l'apprentissage et le perfectionnement aux métiers et loisirs de la mer et du nautisme.
- Une préservation du milieu par de nombreuses actions de sensibilisation et de formation à l'environnement. Respect de la Démarche « Ports Propres », campagnes d'éco-gestes d'éducation à la protection de l'environnement, etc.
- L'investissement dans des flottes collectives de bateaux permettant un meilleur accès à la pratique des populations, touristes...

***Investir dans les nouveaux comptoirs culturels des voies bleues : aménagement des capitaineries en des lieux d'accueil, d'information, plus attractifs, culturels, de promotion et d'organisation des offres et services qualifiés.***

Les ports sont en pleine mutation. La demande des usagers a considérablement évolué ces dernières années et les ports de plaisance et haltes fluviales ne sont plus considérés aujourd'hui comme de simples parkings à bateaux. Le port Odyssea ne peut se contenter de satisfaire uniquement cette fonctionnalité. Il doit se concevoir comme exemplaire d'un point de vue d'accueil, de services et en termes de protection de l'environnement.

L'objectif est de faire de la capitainerie « le pôle structurant d'accueil des voies bleues navigables », en partenariat avec l'office de tourisme. De véritables comptoirs culturels d'accueil, en référence aux anciens comptoirs grecs et romains installés dans les capitaineries, permettant d'offrir une qualité de services originale aux plaisanciers à l'année, en escale et aux clientèles terrestres.

Le modèle Odyssea conduit à développer des équipements, de nouveaux accueils et services et un réseau structurant d'information. L'accroissement des capacités d'accueil dans les ports (le modèle Odyssea incite au cabotage par la découverte de ses escales et libère des places au port) et le développement de nouveaux services liés au tourisme et à l'environnement, entraînent la création

d'emplois directs et indirects. Ces aménagements visent à donner aux habitants, touristes et plaisanciers des outils de lecture et d'interprétation des paysages et du patrimoine, transformant ainsi, avec les ressources numériques, chaque Capitainerie en Comptoir Culturel d'Information.

Le Comptoir Culturel des voies bleues navigables est aussi un lieu d'expression artistique et culturel où des totems valorisent l'itinéraire culturel du territoire. Chaque totem dit « intelligent » (intégration de TIC) va valoriser les balades, les itinéraires où le paysage culturel raconte l'histoire de la destination. La communication de sensibilisation à l'écologie et à la protection de l'environnement est une communication que l'on retrouve sur ces espaces d'information et de médiation.

L'utilisation de supports de promotion et d'interprétation innovants permet de mettre en œuvre des services à plus grande valeur ajoutée et de proposer aux visiteurs des activités sur les quatre saisons. Ces actions augmentent ainsi l'activité économique et, par conséquent, la création d'emplois de qualité.

## **Axe 2. Investir dans 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 ».**

### ***Penser le littoral comme une destination favorable aux itinérances et à la diversification de l'offre touristique***

Les stations littorales ont, pour un grand nombre d'entre elles, intégré la forte demande en matière de circulations douces, en opérant des réaménagements de leur front de mer, en créant des itinéraires cyclables ou en les interfaçant avec les grands itinéraires européens en émergence, en complétant le sentier du littoral ou en faisant évoluer la place de la voiture, ce qui les a sensiblement transformées.

Le littoral se prête tout particulièrement à la balade, dans les espaces naturels, sur la plage, en ville (front de mer), à pied ou à vélo. Le développement des circulations douces et la remise en cause de la place de la voiture constitue un vrai mouvement de fond, à l'échelle métropolitaine et européenne. On peut également souligner le rôle de la contemplation du littoral, de la vague, des couchers de soleil dans l'émotion touristique.

Dans un contexte de diversification des pratiques touristiques, il convient de penser à la problématique de la qualité des services offerts sur les itinéraires et des points d'intérêt pour stimuler la consommation touristique. Dans ce cadre, les espaces publics jouent naturellement un rôle essentiel et se placent comme de nouveaux espaces à créer et à réaménager pour les stations soucieuses de s'adapter aux exigences croissantes de leurs clientèles. Les destinations littorales sont désormais confrontées à une nécessité de requalifier et de réaménager leurs espaces, naturels et publics, parfois démodés ou obsolètes.

Par ailleurs, les communes se sont attachées à valoriser toute une gamme d'offres complémentaires à l'offre d'hébergement, notamment celles qui sont en phase avec l'identité maritime, comme les ports, les bateaux anciens, les courses, les chantiers navals. Elles s'attachent à valoriser et à préserver leur architecture balnéaire typique, elles proposent des accès ou des outils d'interprétation pour les touristes, etc.

Aux côtés des collectivités locales, les opérateurs privés (centres de thalassothérapie et hébergeurs) ont fait évoluer et ont contribué à la diffusion d'une offre de bien-être, en phase avec les attentes de la demande, avec le nouveau standing des offres d'hébergement marchand mais également des valeurs traditionnelles du bord de mer, contribuant à faciliter des accueils en toute saison.

La promotion de l'itinérance sur les espaces littoraux peut également passer par le développement du tourisme industriel : organiser des visites pour les plaisanciers de l'arrière-pays, par exemple de l'usine historique de la parfumerie Fragonard à Grasse pour les touristes en séjour sur la côte d'Azur, peut contribuer à créer des parcours touristiques dynamiques, mêlant découverte des paysages, de l'arrière-pays, du patrimoine industriel et artisanal.

Enfin, la gastronomie et les produits locaux constituent en particulier un axe aujourd'hui relativement peu investi dans les destinations littorales au sens large alors que le littoral dispose sur ce champ d'atouts avérés. Ce thème pourra également être évoqué, en lien avec le développement des itinérances et la diversification de l'offre.

En termes de livrables, le groupe de travail pourrait être plus généralement chargé de proposer un plan d'actions opérationnelles pour redynamiser l'offre touristique sur le littoral, en lien avec les itinérances, l'intermodalité et la diversification des pratiques.

Dans le modèle Odyssea Croissance et Tourisme Bleu, tous les ports sont connectés en réseau exemplaire par leur itinéraire régional, dont l'ensemble concrétise le grand itinéraire Mer & Terre Odysseus, avec un travail sur les imaginaires touristiques et culturels liés aux voyages d'Ulysse et le lien civilisationnel de la Ville-port et son arrière-pays.

La mise en réseau des destinations portuaires sur les chemins de l'Histoire maritime et fluviale, constitue un grand thème des itinéraires culturels dans l'éthique et label du Conseil de l'Europe.

Odyssea a pour ambition de mettre en œuvre la numérisation amplifiée des fonds culturels européens de l'itinéraire culturel Odysseus. Cette opération de grande ampleur doit contribuer à la préservation, à la valorisation d'un patrimoine commun, à la transmission aux jeunes générations et aura une portée économique en accompagnant la mutation touristique vers un tourisme plus qualitatif et ouvert sur un meilleur accès à la connaissance et le dialogue interculturel.

### **Axe 3. Investir dans le Label Qualité des Ports et Destinations portuaires d'Excellence, visant à développer la qualité de l'accueil, une montée en gamme des offres et des services et une meilleure accessibilité pour tous.**

Dans le cadre de la Commission nationale Odyssea, la Fédération Française des Ports de Plaisance (FFPP) a lancé, en décembre 2013, la Commission « Label Qualité des Ports et des Destinations portuaires d'excellence ». Elle a pour partenaires des institutions du Tourisme, de l'Environnement, la Culture telles que la Direction Générale des Entreprises (placée sous l'autorité du ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, en charge du Tourisme) ou encore Atout France.

La DGE est également associée au Concours national pour des projets de ports de plaisance exemplaires, consciente que les ports de plaisance sont au cœur du développement économique et social des territoires comme le souligne le rapport présenté lors des Assises de la mer en juillet 2013.

Le label Qualité des Ports et des Destinations portuaires d'excellence vise à développer la qualité de l'accueil, une montée en gamme des offres et des services, une prise en compte des enjeux environnementaux et une meilleure accessibilité pour tous.

Le groupe de travail pourrait examiner la démarche « qualité » mise en place. En effet, la qualité de l'offre au sein des ports de plaisance tient une place essentielle dans la stratégie nationale du tourisme, qui vise le développement de la consommation touristique. Le plan d'actions pour le tourisme doit à cet égard comporter un volet concernant le développement de la location de navires de plaisance avec équipage. Par conséquent, un point sera proposé à la réflexion du groupe de travail

qui concerne le développement de la plaisance locative avec équipage, qui permet de toucher des clientèles touristiques différentes, moins aisées, et qui représente un marché à fort potentiel de développement.

#### **Axe 4. Investir dans l'itinérance autour de la symbiose ville - port de plaisance - hinterland, le long d'un grand itinéraire Mer & terre, grâce au concept innovant d'Eco-gare Odyssea Protect et d'écomobilité.**

La mobilité qui permet d'accéder aux offres qualifiées s'avère centrale. L'ensemble des acteurs du tourisme engagés dans Odyssea, s'accordent à dire que les modes de découverte douce sont ceux qu'il faut privilégier et développer. Il est demandé dans les différents ports de mettre à disposition des agents d'accueil et des agents portuaires des moyens de déplacement doux (voiture électrique, gyropode, vélo, vélo électrique...) pour accueillir, ainsi que pour effectuer les différents travaux d'entretien du port de plaisance.

En parallèle à cette mobilité douce des agents portuaires, les cités portuaires devront mettre à disposition des clientèles, des moyens de déplacements doux dans le concept d'Eco-gare Odyssea Protect. C'est un investissement, un service qui est offert aux populations locales, aux plaisanciers mais aussi aux clientèles touristiques. Elle propose un parc non polluant : vélos, vélos électriques, gyropodes, voitures électriques, navettes, bateaux...

##### **Faciliter les mobilités pour enrichir l'expérience touristique**

Le modèle d'Eco-gare Odyssea Protect est un moyen de découvrir la ville-port, l'Itinéraire Mer & Terre Odyssea avec l'aide d'innovations multimédia : guide papier avec puce et QRCode, Smartphone, tablette numérique, GPS... Il répond à l'arrivée de nouveaux acteurs liés à de nouvelles pratiques et attentes. En effet, les touristes expriment aujourd'hui leur envie de « vivre une expérience » à travers leur séjour à destination (découverte du patrimoine mais aussi des habitants et leur mode de vie, vivre des expériences nouvelles, en dehors des visites standardisées...). Le transport est ainsi amené à dépasser sa dimension fonctionnelle pour devenir le vecteur d'une expérience touristique innovante et attractive.

#### **Axe 5. Investir dans 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.**

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

##### **Le label Odyssea Croissance et Tourisme Bleu prône :**

- **Un développement économique, plus solidaire**, notamment grâce à une gouvernance territoriale innovante avec les filières et acteurs territoriaux de la Mer – du Port – et des territoires ruraux.

- **La création et la structuration d'activités économiques favorisant l'utilisation des ressources du territoire**, en articulation avec d'autres opérations de développement touristique ou productif du territoire en termes d'hébergement, d'activités de pleine nature, de circuits courts...

Rappelons que l'offre touristique en Martinique, c'est notamment 795 établissements d'hébergement, 735 structures de restauration, 231 structures d'animations et de loisirs (activités de



pleine nature, VTT, randonnées, kayak...). (Chiffres recensés en 2011 par le Comité Martiniquais du Tourisme).

- **La valorisation économique de toute la filière nautique** par la structuration de la plaisance et la mise en place de synergies et de partenariats avec les filières **pour une meilleure efficacité économique dans les 3 autres thématiques de l'itinéraire Odyssea** : Culture & Patrimoine ; Gastronomie & Saveurs ; Nature et Découverte.

Les activités nautiques doivent s'adapter de plus en plus à la demande touristique et à ses exigences de mise en marché, dans un contexte d'apparition de nouvelles pratiques.

- **Mise à l'honneur des savoir-faire locaux, des productions locales, de l'artisanat, de la pêche...**

Le modèle Odyssea conçoit son déploiement sous la forme d'une démarche de développement local porté par les acteurs locaux. Le bilan tiré des expériences montre l'importance du dialogue entre les acteurs du territoire et les professionnels locaux, qui se concrétise à travers des projets permettant de faire le lien entre la terre et la mer.

Par exemple, un défi majeur à relever : le maintien d'une activité économique à forte identité, à savoir la pêche.

La pêche professionnelle constitue un secteur d'activité maritime important en Martinique bien que sa contribution au PIB (0.16%) reste marginale. Une part importante de l'activité reste « informelle ». La pêche martiniquaise est une pêche essentiellement artisanale et multi-spécifique, composée d'une grande variété de petits métiers. Cette activité traverse une crise depuis la fin des années 2000.

Actions stratégiques prônées par Odyssea Croissance et Tourisme Bleu : l'amélioration de l'organisation du marché des produits de la pêche :

- Vente directe et promotion des circuits courts - Exemple : les étals de pêcheurs, des espaces aménagés sur le port, le partenariat avec les restaurateurs sur des plats autour des pêches locales...
- Le E-commerce : distribution des offres et produits en ligne.
- Le Pescatourisme :
  - Routes touristiques sur le thème de la pêche,
  - Promenade en mer autour de la découverte des métiers de la pêche,
  - Écomusée et muséographie.

***Développer des offres attractives « écotourisme » : les balades nautiques autour du port Odyssea à échelles locale, régionale et européenne.***

« **Les balades nautiques autour des ports et haltes fluviales** » sont des sorties sur différents supports nautiques « doux », qui mettent en avant l'éco-découverte ludique, environnementale, patrimoniale, gastronomique des sites portuaires, fluviaux, littoraux, lacustres.

Une médiation numérique et de guidage valorise le thème culturel et touristique de la balade et permet de garantir l'attractivité et l'innovation de cette offre.

**La cible** : Les balades nautiques sont ouvertes aux touristes, plaisanciers à l'année, plaisanciers en escale, habitants et tous les publics, même débutants, des cités portuaires.

Une application numérique est développée sous forme de SIG avec tracé numérique (GPS) pour guider et raconter les balades (audio - vidéo-guide) et géolocaliser les différents points d'intérêt touristique, environnemental et culturel de chaque balade.

Ces balades sont aussi l'occasion de mettre en valeur le bateau d'Intérêt patrimonial dans le concept Odyssea pour une valorisation des patrimoines maritimes et fluviaux. Il en est de même avec la valorisation de la culture de la pêche artisanale.

## **Axe 6. Investir dans la formation des acteurs économiques engagés et l'insertion économique et des personnes en recherche d'emploi.**

Le volet social du modèle Odyssea met en avant la responsabilité sociale des entreprises et l'emploi-formation. La priorité donnée à ce projet global de territoire s'entend en termes de création et de maintien d'emplois, par la diversité des publics-cibles du projet, l'amélioration de la périodicité d'ouverture via une offre des 4 saisons, le dialogue intergénérationnel, et l'égalité Hommes-Femmes.

# ANNEXE : ACCORD CADRE DE COOPERATION FFPP ODYSSEA MARTINIQUE



## ACCORD CADRE DE COOPÉRATION ODYSSEA MARTINIQUE

### Destination maritime d'excellence

?

?

POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET INTÉGRÉ EN MARTINIQUE

« CROISSANCE BLEUE ODYSSEA 2014-2020 » DE LA VILLE PILOTE

?

LE MARIN « CITE PORTUAIRE, PATRIMOINE PHARE DES CARAÏBES »

?

?

?

ENTRE D'UNE PART

?

La Ville du Marin

?

Représentée par son Maire, Monsieur Rodolphe DESIRE

?

ET D'AUTRE PART

?

?

La Fédération Française des Ports de Plaisance

Représentée par son Président, Monsieur Serge PALLARES

?

Le Groupement Européen de Coopération ODYSSEA

Représenté par son Président, Monsieur René GAUDINO

?

La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique (CAESM)

Représentée par son Président, Monsieur Eugène LARCHER

?

La Région Martinique

Représentée par son Président, Monsieur Serge LETCHIMY

?

Il est convenu ce qui suit

?

PRÉAMBULE

?

Le présent accord fait suite à la délibération du Conseil municipal de la ville du Marin en date du 14 août 2013 portant adhésion de la ville au modèle ODYSSEA. Il s'inscrit dans le cadre du renforcement de la coopération des villes-ports et régions maritimes en cohérence avec la contribution européenne « ODYSSEA CROISSANCE BLEUE 2014-2020 ». Un réseau fort d'un label européen et un projet stratégique innovant qui concerne ensemble les États membres de l'Union Européenne.

?



Cet accord exprime la volonté des signataires de fonder, pour la Cité portuaire du Marin, la CAESM, et la Région Martinique, un co-développement basé sur des opérations exemplaires dans le modèle ODYSSEA, modèle retenu comme projet stratégique au sommet euro-méditerranéen de l'Union des Ports de la Méditerranée devant les 44 Ministres européens du Tourisme et bénéficiant de l'appui des États et des Régions signataires du livre Blanc ODYSSEA.

**Considérant que :**

L'objectif stratégique de cette convention est la labellisation de la ville du Marin comme « Cité portuaire, Patrimoine Phare des Caraïbes », dans le cadre de l'itinéraire culturel Odyssea® – label du Conseil de l'Europe. Ce projet intégré vise à inscrire la ville du Marin et son territoire régional, dans l'enjeu des nouvelles stratégies européenne, nationale, régionale et locale.

**Au niveau Européen et National :**

Les travaux de la Task force Odyssea s'inscrivent et complètent l'initiative menée par la Commission européenne visant à souligner, au sein des futures politiques européennes et de leurs instruments financiers, l'importance du rôle joué par l'industrie du tourisme, en tant que catalyseur stratégique pour la croissance économique des territoires, source d'emplois non dé localisables et pilier incontestable en termes d'inclusion sociale.

Dans ce contexte et compte tenu du Traité de Lisbonne qui reconnaît l'importance du tourisme dans le cadre des nouvelles dispositions fixant les compétences spécifiques de l'Union dans ce domaine, et qui agissent en complémentarité avec les actions des Etats membres et des Régions, les partenaires du réseau ODYSSEA se félicitent de l'initiative lancée par la Commission européenne (DG MARE) visant à la mise en place d'une stratégie en faveur du tourisme maritime et côtier.

En France, le Président de la République a souhaité faire du tourisme un moteur de la croissance et de la création d'emploi. Première destination touristique du monde, la France doit réussir à capter dans les années à venir l'augmentation du flux touristique mondial qui doit doubler d'ici 20 ans, passant de 980 millions à 1,8 milliard de visiteurs internationaux annuels. Face à ces enjeux économiques et sociaux, la situation du tourisme en France appelle donc un plan stratégique pour l'industrie touristique au service de la croissance, de la création d'emplois et de la justice. La numérisation du patrimoine culturel et de la création est une priorité du Ministère de la Culture et de la Communication. Elle s'inscrit dans les objectifs retenus par la Commission européenne de construction d'Europeana, point d'accès multilingue à tous les contenus culturels du patrimoine et de la création (archives, bibliothèques, musées, services patrimoniaux, audiovisuel...) répartis en Europe. Elle contribue aux objectifs de l'agenda numérique 2020 pour l'Europe. La numérisation est un moyen d'accès privilégié à la culture pour un grand nombre de nos concitoyens et constitue un outil au service de la diversité culturelle. Elle démultiplie l'accès au patrimoine et à la création contemporaine dans une dynamique de démocratisation culturelle et de transmission des savoirs.

**Au niveau Régional :**

Au plan régional, le secteur du tourisme est appréhendé comme un moteur de la croissance et de la création d'emploi et le Conseil Régional a inscrit cette priorité dans le Schéma d'Aménagement Régional (SAR), en cours de révision et en cohérence avec le Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT), de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique (CAESM).





Une attention toute particulière à la gestion intégrée des zones côtières trouve sa traduction dans le projet de Schéma de Mise en Valeur de la Mer (SMVM), lui-même annexé au projet de SAR.

Cette stratégie doit permettre notamment :

- La montée en gamme et la diversification de l'offre touristique ;
- L'annualisation de l'activité liée au tourisme ;
- La professionnalisation des acteurs dans le respect du principe de la parité entre les hommes et les femmes ;
- La promotion de la destination Martinique dans la Caraïbe.

#### **Au niveau de La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique (CAESM)**

La CAESM souhaite participer à l'accomplissement du programme ODYSSEA qui présente un caractère exemplaire et innovant, dans le respect des principes du développement durable, en développant une stratégie visant à améliorer l'impact économique et culturel du Port de Plaisance du Marin avec pour résultat attendu de fédérer l'ensemble des acteurs du monde économique du territoire Sud de la Martinique dans un rayon d'une heure de trajet routier à partir du Port et pour perspectives, la création d'emplois durables.

Cette contribution s'établira au travers de ses compétences réglementaires et par la mobilisation de ses outils au service du développement local.

#### **Au niveau de la ville du Marin:**

Le projet ODYSSEA s'intègre aux orientations définies par le Projet d'Aménagement et de Développement Durable de la ville du Marin et par son Plan Local d'Urbanisme, approuvé le 26 octobre 2006 et confirmé par arrêt de la Cour administrative d'appel de Bordeaux en date du 12 juillet 2012.

La Ville du MARIN, aujourd'hui l'une des premières destinations dans la Caraïbe Sud pour le Nautisme et la Plaisance, grâce à son port de plaisance équipé de 750 anneaux et d'une centaine de bouées ainsi que son centre de carénage, est classée Commune Touristique depuis le 14 février 2012 par arrêté préfectoral n°045-001. Aussi compte tenu de son niveau d'équipement et d'offres touristiques, la ville du Marin souhaite accéder au statut de Station Classée pour lequel un dossier est en cours d'instruction auprès des services ministériels concernés.

La dynamique de développement enclenchée depuis une trentaine d'années au Marin, se traduit par une attractivité économique et administrative qui peut se mesurer par le niveau élevé des services offerts sur le territoire de la commune.

Le port de plaisance, lauréat du trophée de l'escale 2012 et du label pavillon bleu pour la 7ème année consécutive ainsi que le centre de carénage, véritable outil portuaire regroupant les 19 corps des métiers de la mer dont les travaux de modernisation en cours permettront d'accueillir des bateaux de 440 tonnes, ont permis à la commune du Marin de développer un tourisme nautique de qualité qui a pour conséquence d'assurer une fréquentation annuelle du territoire communal et plus largement de la Martinique.





Par son adhésion au Groupement Européen de Coopération (GEC) ODYSSEA, le Marin souhaite se positionner comme un acteur du Développement Local martiniquais par les Acteurs Locaux (DLAL) pour favoriser une croissance intelligente, durable et inclusive.

Le modèle et le label ODYSSEA contribuent ainsi à la réalisation de plusieurs opérations intégrées, se déployant sur le territoire communal en parfaite cohérence avec les principes du développement durable. Il s'agit pour le Marin de constituer un itinéraire culturel et économique caractérisé par un haut niveau de services proposés aux plaisanciers, vacanciers, habitants, en utilisant le vecteur des innovations, des technologies de l'information et de la communication et favorisant le développement économique et social durable des acteurs locaux.

**L'itinéraire culturel Mer et Terre du Marin est un itinéraire qui se structurera grâce aux TIC, équipements dédiés et à la formation. Il s'organisera par un système inter-services intégrant l'Office de tourisme, le Port et les services et offices municipaux. Il impliquera la population et les acteurs locaux, par la création d'emplois et les savoir-faire employés et enfin, il connectera fortement le Port et la ville au territoire de l'espace sud et plus globalement de la Martinique, dans un rayon d'une heure de trajet routier.**

Une médiation numérique innovante du patrimoine du Marin sera réalisée et prendra appui sur les lieux identitaires de la destination. Cette médiation pourra se faire par le biais d'outils comme les visites à 360°, les audio-guides, le marketing mobile « M. Mobile », la signalétique comprenant des QR codes, puces RFID, sonorisation locale, ou encore une communication originale via le concept ODYSSEA des « Livres qui parlent ». L'objectif est de mettre en avant le patrimoine de la ville et sa destination, de la rendre lisible et accessible aux différents profils de clientèle en travaillant à des offres originales et vivantes.

La mise en place de cette médiation numérique sera complétée par **l'annualisation de l'activité liée au tourisme**, intégrant les ressources territoriales du Marin et de son hinterland. Ces offres touristiques seront structurées selon les quatre thématiques d'escales ODYSSEA (nautique, culture, saveurs et nature), en lien avec les offres du territoire de l'espace sud et plus largement de la Martinique et en fonction de différentes cibles de clientèles.

Une économie solidaire sera organisée en faveur des produits du terroir, le rhum, la pêche, les filières d'artisanat d'art et du tourisme qui seront promus et commercialisés grâce à l'implantation d'espaces de promotion à des lieux stratégiques, comme les Offices de Tourisme, les Ports de plaisance, l'Aéroport Aimé Césaire de Fort de France/Lamentin et tout autre espace dédié.

#### **Article 1 - Les signataires soutiennent collectivement les actions suivantes :**

**La ville du Marin**, en lien avec le GEC ODYSSEA, en coopération avec la **Fédération Française des Ports de Plaisance**, la **Région Martinique**, la **Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique**, s'engage à développer l'itinéraire Culturel ODYSSEA du Marin, la mise en culture des voies maritimes de la Martinique, via de nouveaux outils de médiation numérique. Des innovations, facilitant l'implication, l'information des populations locales et des futurs voyageurs seront également mises en œuvre.





Le Marin va favoriser la mise en application d'un plan de communication intégré par la valorisation des produits touristiques de la Martinique, un marketing touristique commun : Eductour, Workshops, Roadshow, expositions, campagnes promotionnelles, dans la dynamique des offres qualifiées de la destination Martinique.

Les signataires s'engagent à définir et à contribuer à la mise en œuvre d'un projet stratégique intégrant :

**AXE 1.** Des investissements innovants et éco-compatibles concernant l'aménagement de la destination portuaire du Marin en lien avec la collectivité régionale et la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique pour assurer plus d'attractivité à la destination et la promotion des voies bleues & vertes de la Martinique.

**AXE 2.** La mise en réseau et la promotion d'offres « éco-tourisme », organisées et structurées autour des voies vertes et voies bleues navigables, leur valorisation culturelle et leur médiation numérique le long d'un grand « itinéraire culturel Mer et Terre de la Martinique ».

**AXE 3.** Un plan qualité tourisme de la destination « le Marin », visant à développer la qualité de l'accueil, une montée en gamme des offres et des services et une accessibilité pour tous.

**AXE 4.** L'organisation de l'itinérance autour de la symbiose ville du Marin – Port de Plaisance – hinterland, grâce au concept innovant d'éco-gare ODYSSEA et d'éco-mobilité.

**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.

**AXE 6.** La formation intégrée des acteurs économiques et des personnes à la recherche d'emplois.

**Les partenaires signataires s'engagent à diffuser la présente convention auprès des services européens et étatiques, des relais d'opinions, de la presse, des acteurs de développement économiques et touristiques pour la promotion du projet intégré de marketing territorial exemplaire du Marin et de la Martinique.**

**Les partenaires déclarent que :**


1. Les actions susvisées correspondent aux objectifs stratégiques de chaque partenaire et sont énoncées en conformité avec leur objet ;
2. Cette mutualisation en matière de co-développement et consolidation de leur objet, est un atout important dans la mise en œuvre de leur projet respectif et répond aux objectifs de croisement des compétences et à l'échange de savoir-faire (transférabilité), préconisés par la Commission Européenne, l'Etat et la Région de Martinique.




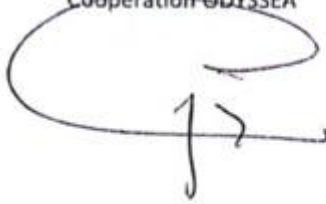
## Article 2 : DURÉE DE COOPÉRATION ET CO-DÉVELOPPEMENT


Le présent accord de coopération prend effet à compter de sa date de signature. Les actions pilotes du Marin qui en découlent sont concluent pour les 6 années à venir, en cohérence avec la nouvelle programmation européenne 2014 - 2020.

Fait à Paris, le 10 décembre 2013

  
**Rodolphe DESIRE**  
Maire de la  
Ville du Marin

  
**Serge PALLARES**  
Président de la Fédération  
Française des Ports de  
Plaisance

  
**René GAUDINO**  
Président du  
Groupement Européen de  
Coopération-ODYSSEA

  
**Eugène Larcher**  
Président  
De la Communauté  
d'Agglomération de l'Espace  
Sud Martinique

  
**Serge Letchimy**  
Président  
de la Région Martinique

## **Contacts : Cluster Croissance et Tourisme Bleu by Odyssea**

- **FFPP** - M. Gilbert Le Corre - Délégué Général - Tél. : 06 85 41 24 53 - [g.lecorre@ffpp.fr](mailto:g.lecorre@ffpp.fr)
- **FFVoile** - M. Charly Fièvre - Chargé de missions Projets européens & vie juridique - fédérale - Tél. : 01 40 60 37 54 - [charly.fievre@ffvoile.fr](mailto:charly.fievre@ffvoile.fr)
- **GEC Odyssea** – M. Philippe Calamel - Directeur - Tél. : + 33 (0)6 08 27 69 69 - [calamel.odyssea@gmail.com](mailto:calamel.odyssea@gmail.com) / Mme Sandrine Mazziotta-Bastien - Chargée de mission Coordination et Communication - Tél. : + 33 (0)6 42 05 48 17 - [mazziotta.odyssea@gmail.com](mailto:mazziotta.odyssea@gmail.com)