

ESPACE SUD MARTINIQUE HORIZON 2020

PROJET STRATÉGIQUE DE TOURISME DURABLE,
DE TERRITOIRE, INNOVANT ET INTÉGRÉ

Bâtir ensemble la Martinique pour les générations futures



CROISSANCE ET TOURISME BLEU ODYSSEA
Un défi pour plus d'attractivité et d'emploi

COMMUNES CONCERNÉES

LES ANSES D'ARLET, LE DIAMANT, DUCOS, LE FRANÇOIS, LE MARIN,
RIVIÈRE-PILOTE, RIVIÈRE-SALÉE, LE SAINT-ESPRIT, SAINTE ANNE,
SAINTE LUCE, LES TROIS-ILETS, LE VAUCLIN



ODYSSEA

VERS UN OBJECTIF
DE DESTINATION BLEUE D'EXCELLENCE



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE

Un projet intégré et de coopération

PROJET STRATÉGIQUE DE TOURISME DURABLE,
DE TERRITOIRE, INNOVANT ET INTÉGRÉ

SUD MARTINIQUE HORIZON 2020

Bâtir ensemble la Martinique de demain



L'amélioration de la compétitivité des entreprises et la pérennisation de leur activité passent par une meilleure intégration des activités économiques à la **biodiversité**.



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE



DOCUMENT CONNECTÉ 2.0



La Communauté d'Agglomération Espace Sud Martinique 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 de territoire. Ce document vous permet de retrouver sur votre portable ou tablette les sujets sous forme de films, de pages web, de cartes interactives...



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE

PROJET STRATÉGIQUE DE TOURISME DURABLE, DE TERRITOIRE, INNOVANT ET INTÉGRÉ
SUD MARTINIQUE HORIZON 2020

Rédigé dans le cadre de l'A.M.O du Groupement Européen de Coopération ODYSSEA®
Philippe CALAMEL – Judicaël CHASSEUIL – Guy GAMESS – Sandrine MAZZIOTTA-BASTIEN
Sous la Direction de Jacqueline BRUANT DGS CAESM

En accord et contribution avec les membres du CoTeCH :

Jocelyne NARFIN DGA CAESM - Melissa ABOUE-ZAMBO Chargée de mission Attractivité du territoire CAESM

Tania REGIS-ABEL Chef de projet développement local Ville du Marin

Michel Pilon Cabinet – Projets Ville du Marin

Mise à jour octobre 2016

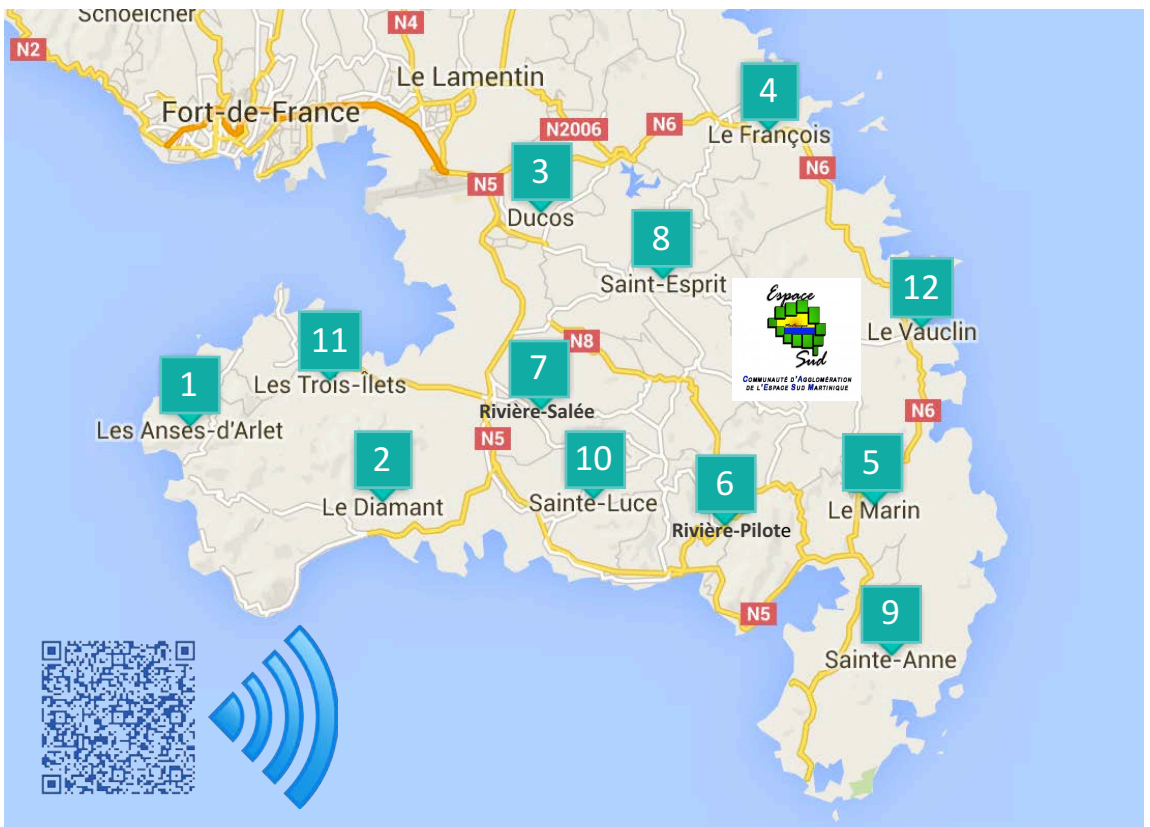


MOTS CLÉS

Martinique, puissance maritime – Sud Martinique, Escale Patrimoine Phare des Caraïbes – Croissance Bleue by Odyssea – Fédérer, rassembler et représenter – Faire émerger les projets – Ecotourisme – Economie bleue – Tourisme côtier et maritime – Politique Maritime Intégrée – Développement économique – Spécialisation bleue – Cluster – Entreprises – Création d’emplois – Augmentation du PIB – Formation – Montée en compétences – 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 – Mutations professionnelles – Coopération Territoriale Européenne – Spécialisation intelligente – Politique littorale et maritime intégrée – Economie intelligente, durable et inclusive – Paysages maritimes – Compétitivité portuaire – Biodiversité – Pêche – Port de Plaisance – Aquaculture – Protection sociale des gens de mer – Sécurité maritime – Risques littoraux – Promotion plaisance et loisirs nautiques – Diversification économique – Yoles rondes et Gommier de Martinique – Développement économique des zones rurales – Itinéraire historique en mer – Mobilité douce écotourisme – Escale Saveurs & Gastronomie – Escale Nautique – Escale Culture & Patrimoine – Escale Art de vivre - Santé et Bien-être – Banane Patrimoine – Modèle commun de multi-destinations nautiques, plaisance et croisière – Connectivités Aéroport - Port - Territoire rural – 3S – Activités nautiques - voiles – Industries nautiques – Lieux de mémoire – Terre de Rhum – Capitale nautique – Mouillages

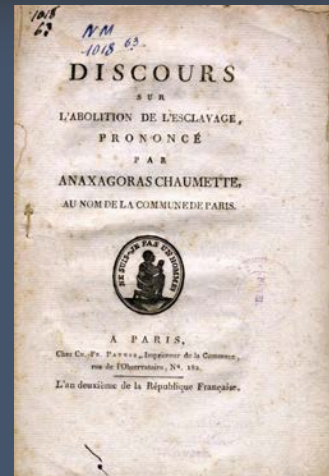
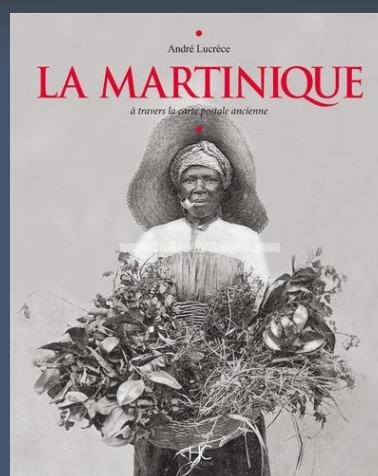
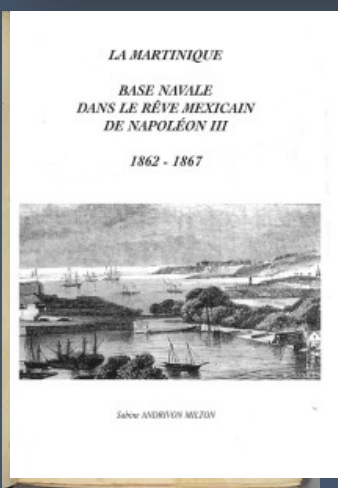
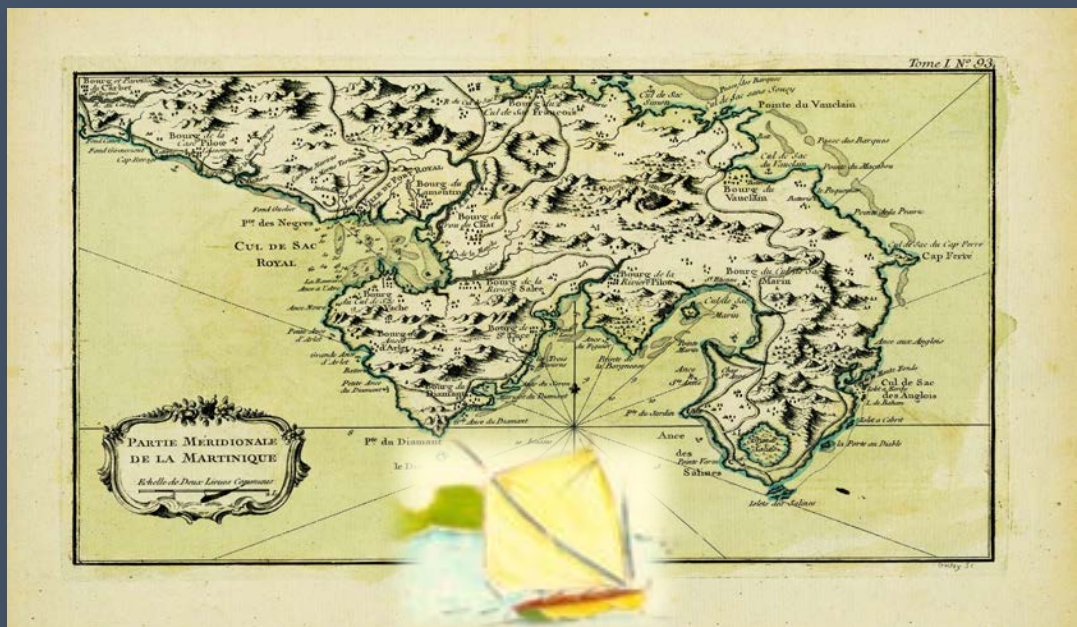
ESPACE SUD MARTINIQUE 12 COMMUNES POUR UNE MÊME AMBITION

LES ANSES D'ARLET, LE DIAMANT, DUCOS, LE FRANÇOIS, LE MARIN, RIVIÈRE-PILOTE, RIVIÈRE-SALÉE, LE SAINT-ESPRIT, SAINTE-ANNE, SAINTE-LUCE, LES TROIS-ÎLETS, LE VAUCLIN



L'HISTOIRE POUR CONSTRUIRE UNE ECONOMIE TOURISTIQUE PORTEUSE DE SENS

Une île Chargée d'Histoire raconte
pour vivre avec bonheur sa moderne aventure.
Naviguer – Rencontrer – Explorer – Gouter – Rêver...
Embarquez pour le **Sud Martinique**
L'Escale France des Caraïbes



SOMMAIRE

➤ L'HISTOIRE POUR CONSTRUIRE UNE ECONOMIE TOURISTIQUE PORTEUSE DE SENS	P 7
➤ ÉDITORIAUX, CONTRIBUTION ET SOUTIENS	P 9 à P 16
➤ PRÉAMBULE	P 17 à 19
➤ LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE	P 20
➤ LA CARTE DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE – LA FRANCE DES CARAÏBES	P 21 à 23
➤ DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE SUD MARTINIQUE	P 24 à 31
➤ L'ANALYSE SWOT	P 32 à 36
➤ LES ENJEUX ET STRATÉGIE DE LA CAESM	P 37 à 65
➤ IDENTIFICATION DES PROJETS STRUCTURANTS	P 66 à 116
➤ LES PROJETS STRATÉGIQUES	P 117 à 149
➤ LES MAIRES PRÉSENTENT LEURS COMMUNES – SOUTIENS ET ACCORDS	P 150 à 153
➤ GLOSSAIRE ET ACRONYMES	P 154 à 155
➤ ANNEXES	P 156 à 203

Indicateurs plaisance

Rapport d'inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes & définition thématique des 12 communes dans le modèle Odyssea





ÉDITORIAL EUGÈNE LARCHER



PROJET DE TOURISME DURABLE, STRATÉGIQUE, INNOVANT ET INTÉGRÉ DU TERRITOIRE SUD MARTINIQUE HORIZON 2020

Bâtir ensemble la Martinique pour les générations futures

Je suis particulièrement heureux de rédiger cet éditorial. Nous avons tous la sensation de vivre un moment important, pour le territoire-sud, pour la Martinique, pour la Caraïbe et pour l'ensemble de nos partenaires de l'Hexagone et d'Europe.

Je remercie particulièrement Monsieur le secrétaire d'Etat chargé de la Promotion du Tourisme, Mathias FEKL, de la confiance qu'il accorde à notre programme. Dès le mois de février, il en avait souligné l'intérêt, au sein du groupe de Haut Niveau de Tourisme de la France, lors d'une réunion qui s'est tenue au Mexique. Il est venue ici même en Martinique tenir sa promesse et officialiser son soutien. Nous l'en remercions et nous savons aussi pouvoir compter sur le soutien de Madame George PAU-LANGEVIN, ministre des Outre-mer, qui n'a pu être des nôtres aujourd'hui.

Pour sa part, c'est en décembre 2013 que la Communauté de l'Espace Sud s'est lancée dans l'aventure « Croissance Bleue ODYSSEA 2014-2020 » initiée par la Ville du Marin et par son maire, Rodolphe DESIRÉ. Nous avons signé, à Paris, un premier accord-cadre avec d'autres partenaires que je retrouve avec plaisir : la Fédération Française des Ports de Plaisance et son président, Serge PALLARÈS, ainsi que le GEC ODYSSEA, représenté par Messieurs Philippe CALAMEL, Jean-Claude MÉRIC et Guy GAMESS.

La Collectivité Territoriale de Martinique compte désormais parmi les partenaires du projet. Et je remercie son président, Alfred MARIE-JEANNE ; le président MARIE-JEANNE dont je connais l'attachement à saisir les opportunités de développement offertes par les politiques de coopération à l'échelle de la grande Caraïbe et des Amériques.

Des discussions que j'ai eues avec Rodolphe DESIRÉ, il est vite ressorti que l'échelle la plus pertinente pour porter ODYSSEA était celle de la Communauté d'agglomération.

J'ai tout de suite adhéré à cette idée, pour plusieurs raisons.

La première, c'est que notre communauté privilégie les démarches de développement durable qui font le pari de l'innovation.



ÉDITORIAL EUGÈNE LARCHER

.../...

La deuxième, c'est que je suis de ceux qui, depuis longtemps, voient dans l'économie de la mer et le tourisme durable les leviers du développement de la Martinique d'aujourd'hui et de demain. C'est d'ailleurs pourquoi, en ma qualité de vice-président de l'Association nationale des élus du littoral, j'ai, par exemple, fait en sorte que l'expertise de cette association bénéficie à l'Espace Sud pour la mise en œuvre de la démarche Passeport Vert, complémentaire du programme ODYSSEA.

La troisième raison de mon adhésion au modèle ODYSSEA, c'est que le territoire-sud présente de nombreux atouts pouvant permettre d'optimiser ce modèle.

Autour des trois bassins Caraïbes-Diamant, Sud-Atlantique et Sud-Baie du Marin, nous pouvons nous prévaloir de caractéristiques remarquables, parmi lesquelles :

- des espaces naturels à haut potentiel écologique et de biodiversité ;
- une agriculture diversifiée ;
- un fort potentiel dans le domaine du nautisme, avec 11 communes sur 12 comptant une façade littorale, une main d'œuvre qualifiée ainsi que des opérateurs qualifiés et reconnus ;
- de nombreuses plages et zones de baignade aménagées ;
- les principaux spots de plongée de Martinique ;
- le déploiement de l'essentiel de l'activité de plaisance de Martinique, le plus grand port de plaisance de la Caraïbe, ici, au Marin, avec une des meilleures escales techniques et tout le parti à tirer d'une mise en réseau ;
- le territoire-sud, c'est aussi un potentiel de développement des énergies renouvelables, un patrimoine historique et culturel important, mais aussi les 3/4 de l'offre martiniquaise d'hébergement touristique et 70 % des hébergements labellisés de l'île.

Ce qui importe désormais, au-delà du recensement des atouts, c'est de les inscrire, à travers ODYSSEA, dans un véritable projet stratégique de développement intégré, à partir du port du Marin.

Pour ce faire, nous avons déjà élaboré des propositions précises de structuration de la croissance bleue (plaisance, croisière et loisirs nautiques) par la définition d'escales Nature et Découvertes, Saveurs et Art de Vivre, mais également Culture et Patrimoine.



ÉDITORIAL EUGÈNE LARCHER

.../...

L'Espace Sud engage, par ailleurs, des actions prioritaires qui vont renforcer la dynamique impulsée, et je pense notamment à la gestion intégrée de la zone côtière et maritime à travers le Contrat Littoral, à notre programme de création de zones de mouillage, à l'accompagnement des marins-pêcheurs pour le pescatourisme et des entreprises dans le domaine de l'agrotourisme, à l'amélioration de la qualité de service des restaurateurs en lien avec la Chambre de Commerce, à l'organisation de l'écomobilité sur le territoire dans le cadre du Plan Climat Air Energie Territorial,...

Sans oublier la future gestion de la compétence touristique inscrite dans la Loi NOTRe.

Ce qui importe aussi, au-delà des atouts, c'est la conscience que nous avons des défis qu'il nous reste à relever. Je pense à des objectifs précis que nous devons chercher à atteindre. J'en citerai au moins trois :

- la nécessité de rendre les métiers de la mer plus attractifs et compétitifs ;
- l'adaptation de la fiscalité liée aux activités nautiques ;
- l'assouplissement d'un certain nombre de règles pour permettre un rattrapage en matière d'équipements, notamment en nombre d'anneaux et en infrastructures portuaires.

En se portant candidate à l'obtention du label ODYSSEA, en se préparant à déposer le dossier devant les instances européennes, la Communauté de l'Espace Sud manifeste sa détermination à rentrer dans une démarche exemplaire, à plus d'un titre.

Elle l'est d'abord par la synergie qu'elle va créer entre pouvoirs publics et monde de l'entreprise.

S'agissant des pouvoirs publics, je tiens de nouveau à remercier Monsieur le secrétaire d'Etat pour son soutien qui ne peut que nous faciliter l'accès aux financements attractifs du PO Caraïbes. Je redis aussi notre satisfaction de bénéficier du soutien de la CTM qui contribue à inscrire ce programme dans une véritable mobilisation martiniquaise.

S'agissant des entreprises, je salue le fait qu'elles soient nombreuses, de l'hexagone et de Martinique, à participer avec nous au développement durable de l'espace Sud Martinique.

Ce qui rend notre démarche exemplaire, c'est aussi le fait qu'elle nous invite à promouvoir un tourisme efficace, un tourisme éthique mais qui « rapporte », et dans lequel le citoyen se retrouve pleinement ; avec la conviction que tout est lié et que lorsqu'un touriste achète les produits d'un territoire, il achète, en même temps, l'image de ce territoire.

Merci à toutes et à tous pour votre implication, et souhaitons qu'ODYSSEA contribue pleinement au rayonnement de la destination Sud Martinique !



EUGÈNE LARCHER
Président CAESM



CONTRIBUTION

RODOLPHE DESIRÉ



Le Marin, Capitale nautique de la Martinique

C'est dès 2013 que la Ville du Marin a adhéré au GEC Odyssea avec ses partenaires publics : la CTM et la CAESM.

Un travail considérable a été réalisé puisque nous avons réussi à obtenir l'adhésion des 12 communes de l'espace sud, et qu'aujourd'hui ce programme soutenu par l'ensemble de la Martinique, est en voie de s'étendre également vers la Guadeloupe et la Guyane ainsi que les autres pays de la Caraïbe ; dont Dominique et Sainte-Lucie auxquels il faut ajouter le Mexique, Cuba, Saint Domingue, et la Colombie qui avaient l'intention d'être avec nous aujourd'hui.

C'est dire que ce processus est intervenu de manière lourde et efficace dans l'intégration et la coopération caraïbe pour un développement intégré du tourisme nautique dans la grande Caraïbe.

Je profite de ces quelques lignes pour vous parler de manière plus générale du développement du tourisme bleu dans une Martinique, qui comme vous le savez, vit aujourd'hui une grave crise économique.

Le tourisme bleu et la plaisance sont les seuls secteurs qui ont progressé ces dernières années et qui ont résisté à cette crise économique généralisée que nous connaissons.

Aujourd'hui, le Marin, son port de plaisance et son centre de carénage sont en pleine croissance. Avec un port de plaisance de 850 anneaux et 100 corps morts, et un centre de carénage ultra moderne, terminé en décembre 2015 pouvant caréner des bateaux jusqu'à 440 tonnes, ces infrastructures nous placent du point de vue de la plaisance en pole position dans la Caraïbe sud. Signalons qu'avec le bassin de Radoub à Fort de France qui peut recevoir des navires jusqu'à 190 mètres de long, la Martinique se positionne en pole position pour la maintenance des navires du Venezuela à Porto Rico.

A ce titre-là, la Martinique et la Guadeloupe que l'on pourrait qualifier de frontières occidentales de la France dans la zone américaine, jouent un rôle important dans la région Caraïbe.

Mais la concurrence dans cette région devient de plus en plus menaçante, que ce soit dans les îles du sud ou vers le nord, où Cuba connaît un développement prodigieux du tourisme et du nautisme, depuis que Raoul Castro et Barack Obama se sont serrés la main à Mexico, il y a un an. C'est dire que l'avenir de notre économie bleue est déjà fortement concurrencé et menacé. C'est en réalité tout le système économique antillo-guyanais qui pose problème et qu'il faut revoir.

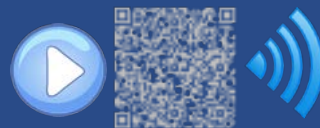
Vous n'êtes pas sans savoir que de nombreuses voix s'élèvent pour trouver une voie de sortie à la grave crise économique que nous connaissons aujourd'hui, due à nos nombreux handicaps et les mots que l'on entend fréquemment ces jours-ci sont : la baisse des charges généralisée !

Mon analyse est plutôt qu'il faut s'orienter aujourd'hui beaucoup plus sur de nouvelles mesures structurelles plutôt que sur les nombreuses mesures conjoncturelles qui ont été prises ces dernières années. C'est la raison pour laquelle je pense profondément qu'il s'agit de s'appuyer sur un modèle qui a fait ses preuves et qui consiste à faire en sorte que les entreprises martiniquaises aient les mêmes chances en termes de concurrence que les entreprises métropolitaines ou de la région Caraïbe.



CONTRIBUTION

RODOLPHE DESIRÉ



.../...

Je prendrai pour exemple, le modèle des Iles Canaries, où l'Espagne dès 1984 a mis en place « **le principe de continuité territoriale** » qui, par la conjonction de nombreuses mesures structurelles fondées sur ce principe, inscrit dans la constitution espagnole « **que les entreprises des Canaries puissent avoir les mêmes chances en termes de concurrence que les entreprises espagnoles et européennes** ». Avec par exemple :

- la baisse générale des tarifs aériens entre la métropole et les îles de l'archipel (c'est un véritable monopole des compagnies nationales de transport que nous connaissons aujourd'hui. Par exemple le billet entre Martinique et Cayenne oscille entre 600 et 1000 euros aller/retour, alors que tout dernièrement une compagnie aérienne a pu proposer des billets aller/retour Martinique New York – Montréal entre 250 et 360 €uros).
- Les taux d'intérêts bancaires identiques à la métropole (je n'insisterai pas sur la différence des taux pour nous est entre 2 et 3 points, sans compter un accès aux crédits drastiquement limité).
- La continuité territoriale concernant les télécommunications (ici la différence des tarifs entre la métropole et les Antilles est de 37 %, chiffre très récemment donné par l'Insee qui apparaît insoluble).
- Une fiscalité spécifique et incitative pour l'exportation.
- Un port franc à Grand Canaria qui est devenu en quelques années le 3^{ème} port de commerce espagnol.
- Des zones franches d'activité dans les autres îles de l'archipel canarien.

Ainsi, en 30 ans, les Canaries, qui comme nous appartient aux régions ultra-périphériques de l'Europe (RUP), ont procédé à un rattrapage significatif vis-à-vis des autres régions espagnoles. Pour résumer, ici nous avons besoin d'être concurrentiels dans un espace caraïbe en pleine expansion, boosté :

- Par le commerce maritime avec l'ouverture de la 3^{ème} écluse du canal de Panama qui doit augmenter considérablement le trafic des marchandises dans la zone Caraïbe.
- Mais aussi par le développement exponentiel du tourisme dans cette région qui bénéficie d'une relative tranquillité et sécurité comparativement aux autres régions du Moyen-Orient, de la Méditerranée du sud, de l'Afrique voire de l'Asie.

Je tiens tout particulièrement à remercier le **Président Serge Pallarès et ses collaborateurs Gilbert Le Corre, Philippe Calamel et Jean-Claude Méric** de nous avoir menés et aidés à franchir cette étape de coopération entre les ports et leurs régions respectives.

L'exemple a été très positif en Martinique, je tiens évidemment à remercier les **Présidents de l'Espace Sud et de la CTM de leur implication dans ce processus.**

Enfin je tiens à remercier le **comité de pilotage Odyssea** constitué d'élus et de fonctionnaires de l'Espace sud et de la Mairie du Marin qui ont intensément travaillé sur ce projet.

Un proverbe africain dit : « ***tout seul je vais vite, ensemble nous irons plus loin*** »

« ***L'immobilisme ne protège point des périls, il n'y a de salut que dans la marche en avant*** »



Rodolphe DÉSIRÉ
Maire - Sénateur honoraire



SOUTIEN



Alfred MARIE-JEANNE

Le programme ODYSSEA a l'avantage de proposer une connexion entre la mer et la terre, entre activités portuaires et développement de la ville.

C'est une vision de mise en valeur de notre espace maritime, espace maritime qu'il faut aussi veiller à protéger.

Anciennement, le développement des villes tournait le dos à la mer.

Le parti pris de la ville du Marin est audacieux, malgré les contraintes. Il offre un modèle concentré de services encore peu reproduit dans la Caraïbe. C'est un atout et un avantage stratégique pour la progression du tourisme de plaisance.

La Collectivité Territoriale de Martinique prévoit l'articulation de la politique de la mer avec d'autres filières telles que l'énergie et le tourisme.

Ce que nous mettons en avant, c'est l'orientation vers la croissance et le tourisme bleus, en préservant bien sûr la pêche artisanale, tout en envisageant une évolution vers une pêche hauturière et semi-industrielle.

Le projet ODYSSEA devrait pouvoir être relié à un autre, celui que j'ai initié avec l'ensemble des pays de la Grande Caraïbe. J'ai nommé le projet **MCR-ZTDC**, Mécanisme de Coopération Régionale pour la mise en place de la Zone de Tourisme Durable de la Caraïbe.

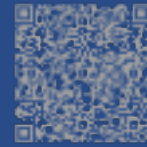
De nombreux ports de plaisance sont en projet dans la Caraïbe, y compris à Saint-Kitts et Nevis. La concurrence sera rude dans ce secteur et exigera de nous, l'excellence. Tous les acteurs économiques se doivent de proposer une offre de qualité.

A cet égard, le Comité Martiniquais du Tourisme doit ajuster la promotion de notre destination, de façon déterminante.

C'est dire que le projet que nous confirmons aujourd'hui a une portée qui dépasse la seule ville du Marin. Il engage la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique et aussi la Collectivité Territoriale de Martinique.

L'écrivain argentin Jorge Luis Borges disait dans son « Hymne à la mer » : « Aujourd'hui je suis descendu de la montagne à la vallée et de la vallée jusqu'à la mer. »

Je vous propose partant d'ici de faire aussi le chemin inverse pour que, dans cet aller-retour, tout le sud soit concerné par cette trame de croissance verte et bleue.



SOUTIEN

SERGE PALLARÈS

Le modèle ODYSSEA doit susciter en territoire des projets innovants et attractifs pour les ports et les sites au bord de l'eau. Innovation, mixité des usages, ouverture et accessibilité au public, performance économique, excellence environnementale et sociale sont les cinq principes directeurs du label Odyssea. 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.

Le Tourisme Bleu by Odyssea intègre aujourd'hui autour des villes-ports comme ici au Marin, les pratiques et loisirs de la plaisance, de la croisière, de la voile, et des 30 activités nautiques. Notre objectif est la mise en écotourisme et en itinérance des voies bleues et vertes d'une destination à l'exemple du Sud Martinique.

Dans les programmes opérationnels comme ici en Sud Martinique, il s'agit d'abord de favoriser un sentiment de partage à une histoire commune maritime « le rôle patrimonial, historique et stratégique du patrimoine maritime, comme ici la Yole. C'est aussi l'envie de réinventer l'accès à la mer, tout en accompagnant des projets intégrés, facteurs de compétitivité, de développement économique, de cohésion territoriale, comme l'aménagement des capitaineries et des offices de tourisme en comptoirs culturels d'information innovants.

Pour finir, je tiens à remercier très sincèrement la diplomatie française pour son travail. Je voulais saluer cette intelligence d'associer à la diplomatie les entreprises françaises, c'est une grande innovation, un objectif économique concret. Je tiens pour cela à remercier notre ministre Matthias Fekl, ainsi que pour son soutien déterminant dans la réussite de nos projets.

Je voulais aussi remercier le président de la CTM, Alfred Marie-Jeanne, qui est un acteur clé de ce projet de croissance bleue.

Et bien sûr remercier mes amis, partenaires et acteurs : le maire du Marin, Rodolphe Désiré, et le président de l'Espace Sud Martinique, Eugène Larcher. Ce sont de grands visionnaires, des capitaines engagés pour amener à bon port leur population et leurs entreprises vers une meilleure prospérité.

Je voudrais aussi vous remercier vous, les acteurs de l'économie, qui partagez avec nous cette ambition maritime pour le bien de la population martiniquaise et la place stratégique que doit tenir la Martinique dans le marché international de la Caraïbe.

Et essayez de vous convaincre d'une chose : il ne faut pas attendre d'être parfait pour commencer quelque chose de bien !

Serge PALLARÈS
Président de la FFPP



SOUTIENS DES MINISTRES



George PAU-LANGEVIN



Mathias FEKL



Vidéo intervention du Ministre



<http://www.contact-entreprises.com/matthias-felk-tourisme-bleu/>



LIVE TIMELINE **INTERVENANTS**

🔍 🔍

Hier matin au port de plaisance du Marin, Matthias Felk secrétaire d'Etat chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger, parapluie, en compagnie de différents acteurs de l'économie, du tourisme et de la culture de l'île de Martinique, a signé avec les représentants de l'industrie touristique de l'île un accord de coopération.

Write your message here...

PRÉAMBULE

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.

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).

Le projet stratégique et intégré du territoire Sud Martinique 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 » qui précise 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 délocalisables et pilier incontestable en termes d'inclusion sociale.

La **CAESM** en lien avec le **GEC ODYSSEA**, et en coopération avec la **Fédération Française des Ports de Plaisance**, la **Ville du Marin**, la **CTM**, s'engage à développer l'itinéraire culturel ODYSSEUS de mise en écotourisme et en culture des voies bleues maritimes et vertes de l'espace Sud Martinique, via des innovations et de nouveaux outils de médiation numérique. Des innovations facilitant l'implication, l'information des populations, entreprises locales et des futurs voyageurs.

Ce projet stratégique s'établira au travers de ses compétences réglementaires et par la mobilisation de ses outils au service du développement local avec le soutien du GEC ODYSSEA.

La CAESM souhaite se positionner comme acteur clé du Développement Local par les Acteurs Locaux (DLAL) pour favoriser une croissance intelligente, durable et inclusive du territoire Sud Martinique.



PRÉAMBULE

Au niveau européen et national :

Le modèle ODYSSEA® repose sur des économies essentielles : tourisme - nautisme, agriculture et artisanat. Il s'agit pour la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique de créer un véritable **territoire de projet, qui intègre le littoral et les territoires ruraux**, afin de mettre en œuvre un projet stratégique de développement territorial durable en lien avec les acteurs locaux engagés. Il s'inscrit dans le cadre du renforcement de la coopération des villes-ports, la gestion intégrée des zones côtières, et des régions maritimes, en cohérence avec la contribution européenne « ODYSSEA CROISSANCE & TOURISME BLEU 2014-2020 ».

Au niveau régional

Au plan régional, 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 le Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT), de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique (CAESM) et la charte du Parc Naturel Régional de la Martinique.

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 à partir du port de plaisance du Marin, en fédérant l'ensemble des acteurs du monde économique du territoire Sud de la Martinique.

Dans le cadre de la conduite de son projet stratégique, la **CAESM** a décidé de missionner le GEC ODYSSEA afin d'assurer une Assistance à la Maîtrise d'Ouvrage (**A.M.O**).

La mission d'assistance du GEC ODYSSEA doit contribuer ainsi à la réalisation de plusieurs opérations intégrées, exemplaires, se déployant sur l'ensemble du territoire **Sud Martinique**, en parfaite cohérence avec les principes du développement durable.

Il s'agira aussi pour la CAESM de mettre l'ensemble de ses communes en réseau en structurant un itinéraire culturel et économique caractérisé par un haut niveau de services proposés aux plaisanciers, vacanciers, habitants, qui utilise le vecteur des innovations, des technologies de l'information et de la communication et qui favorise le développement économique et social durable des acteurs locaux.

Un projet stratégique de tourisme durable, intégré et innovant

La CAESM s'engage sur des thématiques prioritaires retenues pour leur capacité à réaliser la cohérence entre les politiques de la Commission européenne, de l'État, de la CTM.

Il fait suite :

A la décision de la **Ville du Marin** (délibération du Conseil municipal de la Ville du Marin en date du 14 août 2013), de mettre en œuvre un projet stratégique de développement intégré Odyssea Croissance et Tourisme Bleu. Ce projet de développement durable s'articule autour **du port de plaisance du Marin** en s'appuyant sur un modèle d'organisation économique, une gouvernance territoriale exemplaire.

- A l'Accord-cadre de Coopération qui exprime la volonté de **la Ville du Marin**, de la **CAESM**, de la **CTM**, de mettre œuvre le projet intégré Odyssea Croissance et Tourisme Bleu, un co-développement basé sur des opérations exemplaires dans le modèle de développement durable Odyssea autour de 6 axes stratégiques.
- A la délibération de la Commission Permanente du **Conseil Régional de Martinique** N° 14-831-1 en date du 19 juin 2014 autorisant le Président du Conseil Régional à signer l'Accord-cadre pour la mise en œuvre du projet intégré Odyssea.
- A la délibération de la **Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique** en date du 27 mars 2015 portant son adhésion au GEC ODYSSEA et sa candidature au label ODYSSEA .

La CAESM confie une mission d'assistance stratégique au GEC Odyssea.

L'objectif stratégique de la mission d'assistance est l'écriture du projet en vue de la labellisation de la destination « Sud Martinique » et sa « Cité portuaire du Marin, Patrimoine Phare des Caraïbes », dans le cadre de l'Itinéraire culturel Odysseus® – dans le modèle et l'éthique du label du Conseil de l'Europe et de l'UNESCO. Ce projet intégré vise à inscrire le port du Marin et l'ensemble des 12 communes de l'Espace Sud Martinique, dans le modèle Odyssea et les enjeux des nouvelles stratégies européennes, nationales, régionales et locales.

LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE L'ESPACE SUD DE LA MARTINIQUE

La Communauté d'agglomération de l'Espace Sud de la Martinique (CAESM) a été créée en 1972 sous la forme d'un Syndicat Intercommunal de Développement Economique Régional (SIDER) puis d'un Syndicat Intercommunal à vocation multiple (SIVOM) et d'une communauté de communes avant de prendre sa forme actuelle en 2004. Elle vise le développement équilibré du sud de la Martinique, la promotion de l'agriculture, de la pêche, du tourisme, de l'hôtellerie, de la restauration, de l'aménagement et de l'urbanisme.

Elle s'étend sur 409 km² et rassemble 120 268 habitants répartis sur 12 communes, regroupées au sein de trois bassins de vie et de développement :

- Le bassin Caraïbe-Diamant, organisé autour des bourgs importants de Ducos et Rivière-Salée et comprenant également les trois communes de la presqu'île du Diamant : Les Trois-Ilets et Le Diamant (hauts lieux du tourisme balnéaire en Martinique) et Les Anses d'Arlet (une des places fortes de l'activité de pêche en Martinique) ;
- Le bassin Sud-Atlantique, organisé autour de la commune la plus vaste et la plus peuplée du territoire, Le François, et comprenant également Le Vauclin, seconde commune par la superficie et caractérisée par l'importance de son équipement portuaire de pêche.
- Le bassin Sud-Baie du Marin, organisé autour de la sous-préfecture du territoire (Le Marin) et rassemblant également les communes de Sainte Anne, Rivière-Pilote et Sainte-Luce, qui se caractérise à la fois par des lieux importants du tourisme balnéaire, une riche plaine agricole et des espaces encore très « nature ».

Seule commune non littorale de l'Espace Sud, la commune du Saint-Esprit est rattachée, selon les fonctions et les services, au bassin Caraïbe-Diamant ou au bassin Sud-Atlantique.

Les compétences de l'Espace Sud sont extrêmement variées et vont du développement économique à l'aménagement du territoire, en passant par la restauration scolaire et la protection et la mise en valeur de l'environnement et du cadre de vie. Fort de 195 agents, l'Espace Sud est dimensionné pour mettre en œuvre le projet de territoire voulu par les élus.

**Les statuts de l'Espace Sud ainsi que les délibérations relatives à la candidature Odysee de l'Espace Sud sont présentés en téléchargement en annexe.*



LE TERRITOIRE DE MARTINIQUE

Situation géographique

D'une superficie totale de 1 128 km², la Martinique s'étire sur environ 60 km de longueur, pour 27 km de largeur. Cette île volcanique de l'archipel des Petites Antilles délimite la mer des Caraïbes.

La Martinique est une île de relief, marquée par des côtes rocheuses au nord / nord-est, des plaines fragmentées au centre (plaine du Lamentin) et un littoral sableux au sud / sud-ouest. La Montagne Pelée (volcan actif), située au nord de l'île, est le point culminant de la Martinique, s'élevant à 1 397 m.

Climat

La Martinique est soumise à de nombreux risques naturels, en particulier liés à la sismicité et au volcanisme, ainsi qu'à la fréquence des cyclones. Le climat est de type tropical maritime adouci par des alizés d'Est dominants. On y distingue deux grandes saisons entrecoupées d'intersaisons : le carême chaud et sec de janvier à avril ; et l'hivernage plus humide et chaud de juillet à octobre se caractérisant par un risque cyclonique important.

Population

L'île compte 388 364 habitants en 2012 (données INSEE), avec une densité de population très importante, de 344 habitants au km², contre 103 au niveau national (données INSEE de 2012). Si la population est plus jeune que celle de métropole, l'écart se réduit et la population martiniquaise vieillit.

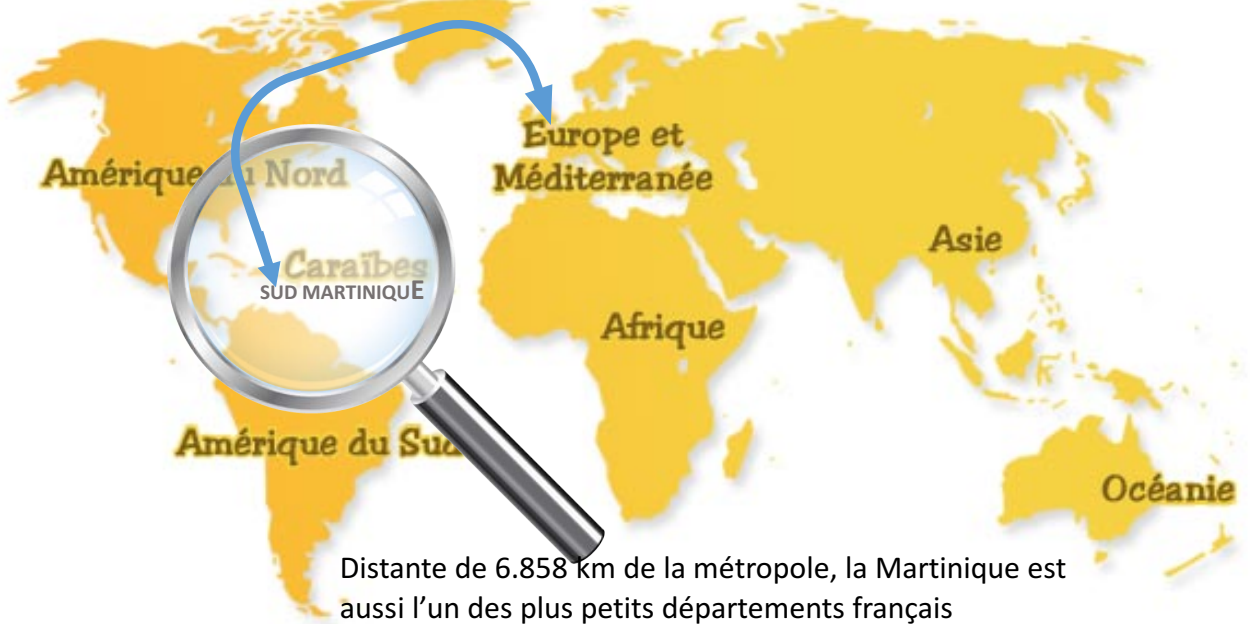
D'un point de vue global, depuis 2007, la population est en déclin avec une variation annuelle de - 0,5 %. Cette tendance est due essentiellement à une baisse importante et régulière de la natalité depuis plus de trente ans et à un solde migratoire déficitaire.

Activités socio-économiques

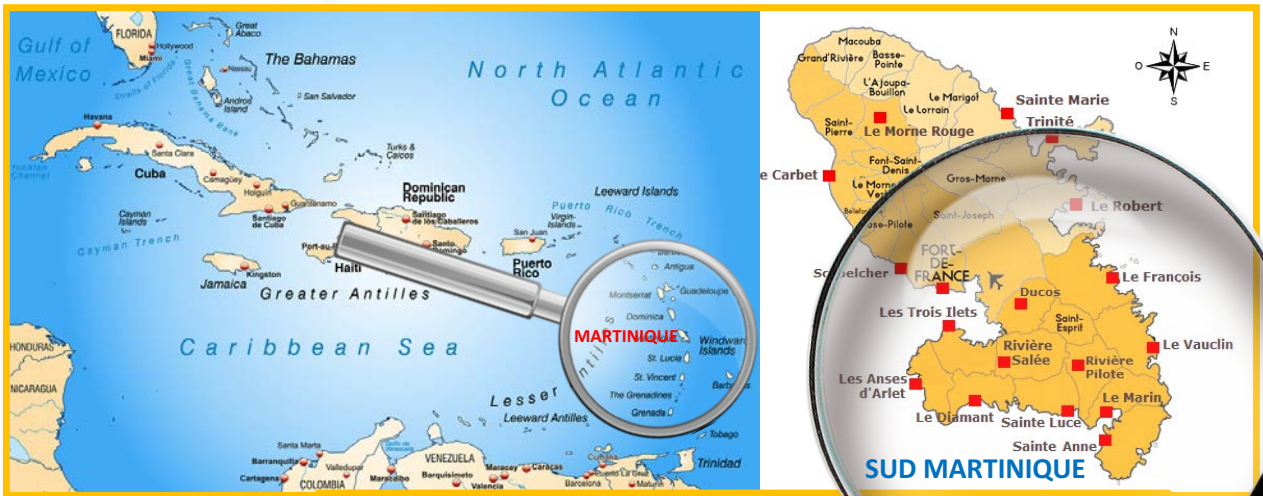
Du fait de son insularité, la Martinique est marquée par une forte dépendance vis-à-vis de l'extérieur et plus particulièrement vis-à-vis de la métropole. La grande majorité des emplois sont fournis par le secteur tertiaire (82 % en 2012 d'après les données INSEE), mais l'agriculture et les industries agro-alimentaires mobilisent également un nombre d'employés conséquent.

Le secteur du tourisme est l'un des secteurs les plus intégrés de l'économie grâce à sa forte intensité de main d'œuvre directe et indirecte. Il constitue un levier endogène de développement de l'île.

SITUATION DE LA DESTINATION « SUD MARTINIQUE » L'Escale France des Caraïbes



Distante de 6.858 km de la métropole, la Martinique est aussi l'un des plus petits départements français



Innovation : le SIG GEODYSSEA de la CAESM (Systèmes d'Information Géographique) La carte interactive des POI thématiques, itinéraires, entreprises, les projets, les zones sensibles...

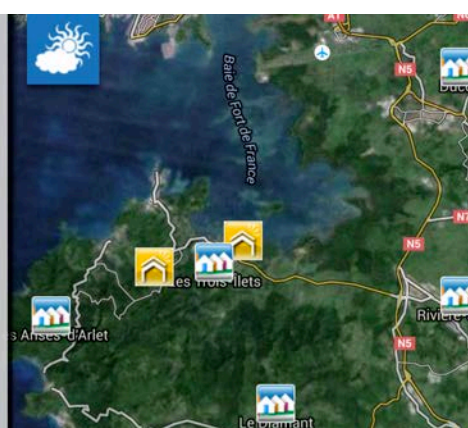
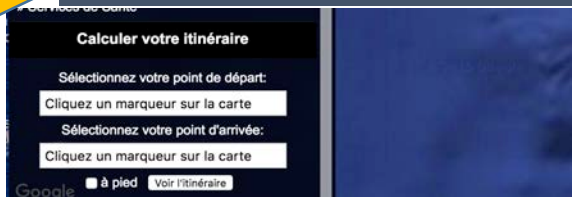


Le SIG Géodysssea de la CAESM est l'outil au service de la conduite des projets et facilite l'identification des POI, des projets et favorise la conduite spatiale du modèle de développement local.



ESPACE
SUD MARTINIQUE

Le SIG permet d'afficher plusieurs types de cartes à terre et maritimes. Il géopositionne par commune et sur l'ensemble du territoire toutes les thématiques d'escales, les projets, les entreprises ; en sélectionnant le thème, il trace les itinéraires...



<http://www.odyssea.eu/geodysssea/map.php?tgID=50&catID=60,40,620&viewType=mixte&noBackButton=yes>

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE SUD MARTINIQUE

Le diagnostic territorial s'est appuyé d'une part sur les documents existants (SCoT, PCAET, évaluation finale du programme LEADER 2007-2013 de l'Espace Sud, etc.) et d'autre part sur une démarche de concertation avec les acteurs locaux, dont les modalités sont précisées au chapitre 2.

L'objectif a été de co-construire dans le cadre du leader avec les partenaires et acteurs locaux une matrice AFOM qui livre une vision dynamique, objective et globale du territoire. L'analyse AFOM est l'outil privilégié pour identifier les besoins et les enjeux de l'Espace Sud, dont certains seront à relever dans le cadre de LEADER.

Sur cette base, une partie rédigée précise certains éléments forts de l'AFOM, pour mieux cerner ses fondements et justifications. Ceci permet également de préciser les besoins du territoire, c'est-à-dire les manques à combler, et les enjeux locaux, voire martiniquais, associés qui précisent la nature et la portée des besoins.

L'Espace Sud constitue le pôle touristique de l'île à plusieurs titres :

Il concentre les trois quarts de l'offre martiniquaise d'hébergement touristique (77,5 % au 1er janvier 2014) et la majorité de l'offre labellisée, avec un parc hôtelier aux prestations variées.

Avec ses 32 sites de baignade et ses plages qui présentent des niveaux d'aménagement variables, il répond aux attentes des 67 % de touristes qui viennent en Martinique pour profiter de la plage.

Il possède une façade littorale importante et propice au nautisme, ce qui lui permet de proposer une offre diversifiée, soutenue par des infrastructures et des opérateurs de qualité (plongée, plaisance, kayak, etc.)

Si le tourisme du Sud est principalement tourné vers le balnéaire, le territoire présente de nombreuses opportunités de développer d'autres offres en s'appuyant sur ses atouts naturel, paysager, historique et culturel, notamment de « l'arrière-pays » (mangrove, mornes, anciennes habitations, ruines de sucreries, artisanat d'art, etc.). Le développement d'une offre touristique diversifiée et intégrée se heurte cependant au manque de lisibilité globale de l'offre existante et à un marketing territorial tourné vers le balnéaire uniquement. Face à l'augmentation du tourisme de plaisance et de croisière à l'échelle de la Martinique, un déficit de structures d'accueil et de services associés pour les plaisanciers est par ailleurs observé.

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

Enfin, le parc hôtelier est vieillissant, fortement impacté par la conjoncture socio-économique depuis les années 2000 et concurrencé par les meublés de tourisme non déclarés, qui représentent une part importante bien que mal connue des structures d'hébergement. Il fait également face aux nouvelles demandes des visiteurs en matière de logement, telle que la recherche de chambre d'hôtes ou de gîtes ruraux.

Face à l'évolution des attentes des touristes et à la forte concurrence des pays voisins (développement récent de pôles touristiques au sein des Grandes Antilles), le secteur affiche une volonté prononcée de se démarquer avec un tourisme de qualité.

Besoins	Enjeux associés
Adaptation du tourisme aux nouvelles attentes de la clientèle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement d'une offre intégrée à l'échelle de l'Espace Sud et de la Martinique ▪ Mise en réseau des acteurs, notamment des offices de tourisme, pour une meilleure lisibilité de l'offre touristique, dans le cadre de la loi NOTRe ▪ Diversification de l'offre touristique orientée vers le renforcement de l'offre nautique et le développement d'un tourisme de nature et sportif (randonnées, plongée, etc.) ▪ Adaptation du parc hôtelier vieillissant aux différentes formes de tourisme en Martinique, développement d'une nouvelle forme d'accueil (gîtes, chambres d'hôtes, etc.) et amélioration de la connaissance des meublés de tourisme non déclarés
Développement et renforcement des métiers de la mer et du nautisme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement des capacités de mouillages organisés et des services associés ▪ Meilleure valorisation et communication autour des métiers et opportunités de la mer pour se démarquer vis-à-vis de la concurrence et attirer les entrepreneurs

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

UN TERRITOIRE ATTRACTIF ET LIÉ À L'AGGLOMÉRATION DE FORT DE FRANCE

Le territoire de la CAESM regroupe environ un tiers de la population martiniquaise. Outre son attractivité touristique, il se caractérise par une attractivité résidentielle très forte avec une proportion importante d'actifs occupant un emploi en dehors du territoire et en particulier dans l'agglomération du Centre de la Martinique (33 % en 2011).

Même si la CACEM constitue le pôle démographique principal de l'île, le territoire du Sud est le seul des trois territoires martiniquais où la croissance démographique, bien que ralentissant, se poursuit. La population de l'Espace Sud est ainsi relativement jeune (54,8 % de la population a moins de 45 ans en 2012), bien qu'elle connaisse comme les autres intercommunalités, un phénomène de vieillissement depuis 2006. Ce vieillissement est cependant moins marqué pour l'Espace Sud, qui affiche un indice de jeunesse de 1,95 en 2010 par rapport à une moyenne régionale de 1,53. Un phénomène de « desserrement des ménages » est par ailleurs constaté (31,1 % des ménages composés de personnes seules en 2012), lié d'une part au vieillissement de la population et d'autre part aux phénomènes sociétaux comme le divorce ou la monoparentalité.

Le Sud constitue également un territoire économiquement attractif avec une activité entrepreneuriale forte (30 % des entreprises qui se créent chaque année en Martinique), un tissu d'entreprises qui se maintient bien sur le territoire et un déplacement progressif d'entreprises du Lamentin vers Ducos et Rivière-Salée. Le taux de chômage de 26,4 % en 2012 est cependant comparable à la moyenne martiniquaise (26,5 % cette même année), ce qui illustre la fragilisation globale du marché du travail. Les jeunes de moins de 25 ans et les femmes sont les populations les plus touchées par le chômage.

La construction de grands centres commerciaux sur le territoire (Génipa à Ducos par exemple), avec des facilités de stationnement et le regroupement de produits et de services, ainsi que l'attractivité que représente l'agglomération foyale menacent l'offre commerciale et de services de proximité des centres bourgs et quartiers ruraux. La prise d'importance de l'économie touristique pénalise également l'économie présente et contribue à la dévitalisation des centre-bourgs.

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

UNE AGRICULTURE DIVERSIFIÉE ET UNE PÊCHE ARTISANALE QUI PEINENT À SE STRUCTURER POUR RÉPONDRE AUX BESOINS EN PRODUITS LOCAUX

L'agriculture du Sud se caractérise par sa diversité (banane, canne mais aussi élevage et maraîchage), les productions coexistant dans des proportions plus équilibrées que sur le reste du territoire. Bien que la Surface Agricole Utile représente encore près d'un quart de la superficie du territoire, on observe les mêmes difficultés que sur le reste de l'île avec une diminution de la SAU et du nombre d'exploitations.

La pêche constitue une filière encore artisanale sur le territoire. Elle est confrontée à l'épuisement de la ressource côtière et au manque d'équipements des pêcheurs pour aller plus au large, mais également au manque de professionnalisation et au vieillissement des marins-pêcheurs. Des outils et politiques se mettent progressivement en place pour l'accompagnement de la filière (dispositifs de concentration de poissons, création d'une interprofession, FEAMP, réseau case à pêches - unités de stockage et de transformation, etc.), parallèlement aux outils qui concernent le nautisme.

Il existe une demande importante et croissante en produits frais locaux agricoles et de la mer tant de la restauration collective que de la population. Des initiatives ponctuelles de mise sur le marché en circuit-court se développent pour y répondre mais plusieurs facteurs limitent pour l'instant le développement de la commercialisation : difficulté à répondre à la demande tant en termes de quantité que de qualité, manque de structuration des filières, valorisation encore réduite des produits et concurrence des importations (notamment en provenance des pays voisins non soumis aux règles sociales et environnementales européennes).

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

UN PATRIMOINE ET DES RESSOURCES NATURELLES EXCEPTIONNELLES SOUMISES A DE MULTIPLES PRESSIONS

L'Espace Sud recense de nombreux espaces naturels extrêmement riches en termes de biodiversité, notamment en milieux littoral et marin (mangroves, récifs coralliens, îlets, forêt sèche, etc.), mais aussi source d'une grande diversité de paysages (quatre ensembles paysagers représentés sur les six présents sur l'île). Bien que de nombreux outils et politiques de préservation, gestion et valorisation existent (SRCE, SAR, PNRM, réserves, gestion CAESM, etc.), les espaces naturels sont dans l'ensemble soumis à de multiples pressions :

- Les activités humaines et les aménagements impactent l'intégrité des sites et des espèces, notamment sur les espaces non gérés : consommation d'espace, pollution des milieux, perturbation voire destruction d'habitats et d'espèce (impact de la pêche artisanale sur la ressource côtière par exemple). Le développement du tourisme et du nautisme induit de plus une fréquentation accrue des espaces naturels qui peut s'accompagner de perturbations et de pollutions sonores et chimiques.
- La présence d'espèces invasives (poisson lion, escargot d'Afrique, sargasse, etc.) sur lesquelles les connaissances et les moyens d'action manquent, perturbent également les milieux naturels. La recrudescence des sargasses présente de plus un impact négatif tant pour le cadre de vie des populations littorales que pour le développement du tourisme.
- Les déplacements quotidiens des actifs entre leur domicile et leur lieu de travail, principalement réalisées en véhicules individuels, impactent fortement le trafic et induisent des saturations sur certains tronçons des axes de transport (à l'intérieur de la CAESM et en direction de Fort-de-France).
- Les déplacements de personnes représentent ainsi 17 % des émissions de gaz à effet de serre de l'Espace Sud, deuxième poste émetteur après les déchets (22 %) et suivi de près par les émissions résidentielles (14 %).

Si sa consommation d'électricité est en constante hausse et qu'il dépend des autres communautés d'agglomérations pour son alimentation électrique, l'Espace Sud présente un potentiel important - bien que mal connu - en matière d'énergies renouvelables (éolien, photovoltaïque et géothermie notamment). Les politiques et outils existants, notamment le PCAET au niveau local, orientent le territoire vers les économies d'énergies et le développement des énergies renouvelables.

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

ECONOMIE BLEUE EN MARTINIQUE

L'espace marin martiniquais a traditionnellement été exploité pour ses ressources naturelles (pêche, aquaculture) et comme support au transport maritime pour des échanges commerciaux transatlantiques et trans-caribéens. Depuis les années 1990, le tourisme et les activités de loisirs et sportives en mer se sont fortement développés, conduisant à des premières réflexions sur le partage de l'espace et la gestion durable des ressources marines. Aujourd'hui, de nouvelles activités maritimes telles que l'exploitation de l'énergie thermique marine sont aux prémices du développement avec pour objectif de faire de l'espace marin martiniquais un atout complémentaire du développement économique régional.

Les résultats : part de l'emploi bleu dans l'emploi régional

Le tableau suivant présente une estimation de l'emploi « bleu » et de son importance dans l'économie martiniquaise à partir des données recueillies. On estime à près de 12 % la part de l'emploi des activités maritimes dans l'économie martiniquaise. Le tourisme littoral et maritime constitue près des trois quarts des emplois de l'économie bleue. Les activités purement économiques représentent pour plus de 93 % de l'emploi « bleu », les activités support (administration, recherche, formation...) représentant quant à elle une part marginale de l'emploi « bleu ».

Catégorie	Activité	EMPLOI (ETP)
Activités économiques principales	Activités sportives et de loisirs en mer	506 ETP
	Aquaculture marine	> 20 ETP
	Energie thermique marine	1 ETP
	Industrie navale	248 ETP
	Pêche professionnelle	Marins pêcheurs : ~ 685 ETP ¹²³ Activités connexes : >20ETP
	Tourisme littoral et maritime	8 600 ETP
	Transport maritime et services portuaires	1116 ETP
Activités support	Administration	> 170 ETP
	Associations de protection de la mer et du littoral	2 ETP
	Activités d'études et de recherche liées au milieu littoral et marin	34 ETP
TOTAL	Formation et éducation à la mer	30 ETP
	Sécurité et sûreté maritime	>600 ETP
TOTAL		> 12 000 ETP soit près de 12 % de l'emploi en Martinique

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

ECONOMIE BLEUE EN MARTINIQUE le NAUTISME

LES PRINCIPALES MARINAS

Le François : la marina du François est située sur la côte atlantique de la Martinique

Le Marin : le port de plaisance du Marin compte 700 anneaux à quai dont 200 pour les visiteurs et 12 pour les super yachts jusqu'à 50 mètres et plus de 120 corps-morts ; il accueille 50 000 plaisanciers par an dont 25 000 de passage.

Les Trois-Ilets : la marina de la Pointe-du-Bout accueille une centaine de navires allant jusqu'à 19 mètres de long et 6 mètres de large.

Sur le plan de l'emploi et de la formation :

Labellisation du lycée Raymond Nérès du Marin en lycée des métiers du nautisme et un partenariat signé avec le lycée Éric Tabarly des Sables d'Olonne.

Création de l'association « Martinique Yachting Association » qui regroupe près de 40 entreprises œuvrant dans la plaisance.

Mise en place, en avril 2013, d'un cluster maritime Martinique (CMM).

Le projet de « création d'une filière de démantèlement de navires » avec l'ADEME.

Sur le plan des infrastructures :

13 projets recensés sur l'ensemble du territoire : création de ports à sec, extension de marina, création de zone de mouillage réglementée, etc.

L'adhésion de la Ville du Marin au Groupement Européen de Coopération (GEC) ODYSSEA, porté par la Fédération française des Ports de Plaisance (FFPP).

Création d'une union régionale portuaire de Martinique, la toute première en Outre-Mer

Sur le plan des activités sportives et de loisirs :

« Les voiles de Martinique », concept porté par la Ligue de Voile de la Martinique

« Martinique Nation Voile », projet porté par Arnaud GODART-PHILIPPE et Éric BARAY

« Les classes de mers extérieures », concept porté par la DJSCS et l'éducation nationale

Sur le plan de la fiscalité :

Les services de la région ont été approchés afin d'avancer sur les questions de détaxation du carburant et de mise en place d'une zone franche.

Les services des finances publiques ont été saisis pour des questions relatives à la TVA.

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

ECONOMIE BLEUE EN MARTINIQUE le NAUTISME

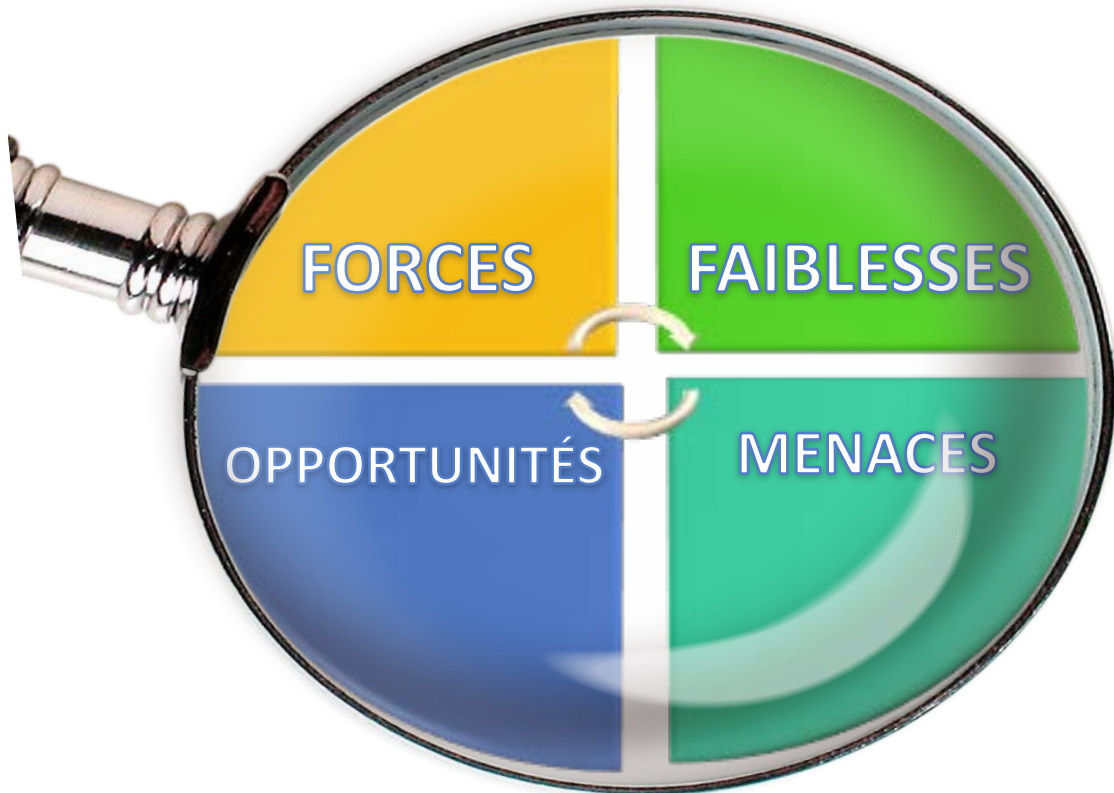
- 130 entreprises travaillent dans le secteur du nautisme, employant 1200 salariés dont 470 au Marin
- 84 % de ces entreprises ont moins de 10 salariés
- Le chiffre d'affaires est de 80 millions d'euros
- 12 500 navires sont immatriculés, dont 75 % sont à moteur, soit 9375.
- Près de 300 nouvelles immatriculations et près de 800 mutations de propriété sont enregistrées tous les ans
- 200 voiliers et 10 navires à moteur sont offerts à la location, ainsi que 85 navires loués avec équipage

Le Marin est le principal point de départ pour Saint-Vincent et les Grenadines, avec un peu plus de 33 000 touristes par an.

Pour que la Martinique puisse se positionner dans le secteur de la plaisance, il lui faut offrir 5 000 anneaux contre les 1400 qu'elle possède actuellement. Il faut donc développer sur le territoire de nouvelles marinas, des ports à sec et prévoir les formations pour les emplois générés.

Pour atteindre ce but et structurer la filière, le préfet de la Martinique a installé, le 8 juin 2012, un comité de pilotage chargé de réfléchir aux actions à mettre en œuvre pour faire du nautisme une filière économique forte de la Martinique. Ce COPIL est animé par le sous-préfet du Marin qui est chargé d'une mission transversale sur le nautisme.

L'ANALYSE SWOT



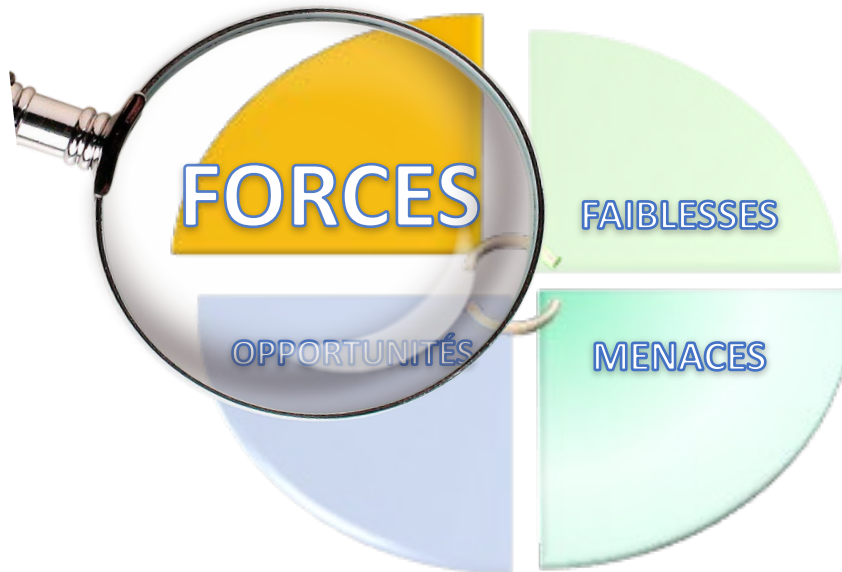
Quel tourisme dans les 10 ans en Sud Martinique ?

Quel aménagement des sites pour quel enjeu ?

Quel rôle va jouer la CAESM en matière de tourisme ?

Quelle « Smart spécialisation » Sud Martinique va jouer pour se démarquer ?

L'ANALYSE SWOT

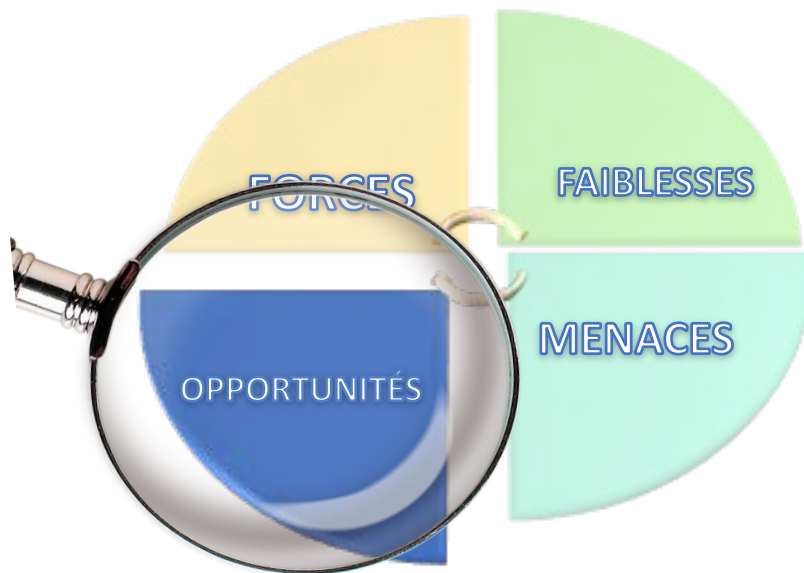


FORCES

La Martinique est l'une des principales implantations françaises et européennes dans la zone. La France est une marque internationale et la 1ère destination au monde.

- L'imaginaire d'une « île », des « Caraïbes », de la « France » (notoriété internationale en terme de gastronomie, le luxe...);
- Des espaces naturels à haut potentiel écologique et de biodiversité ;
- Une agriculture diversifiée ;
- Un fort potentiel dans le domaine du nautisme, avec 11 communes sur 12 comptant une façade littorale, une main d'œuvre qualifiée ainsi que des opérateurs qualifiés et reconnus ;
- De nombreuses plages et zones de baignade aménagées ;
- Les principaux spots de plongée de Martinique ;
- Le déploiement de l'essentiel de l'activité de plaisance de Martinique, le plus grand port de plaisance de la Caraïbe, au Marin, avec une des meilleures escales techniques et tout l'intérêt à tirer d'une mise en réseau, et en faire une spécialisation de croissance bleue et de développement durable ;
- Un patrimoine historique et culturel important, mais aussi les trois quarts de l'offre martiniquaise d'hébergement touristique et 70 % des hébergements labellisés de l'île.
- La CAESM privilégie les démarches de développement durable qui font le pari de l'innovation.
- Diversité de spécialisations territoriales
- Attractivité des territoires centre et sud
- Des exploitations de polyculture ou polyélevage davantage tournées vers les marchés locaux dans le sud.

L'ANALYSE SWOT



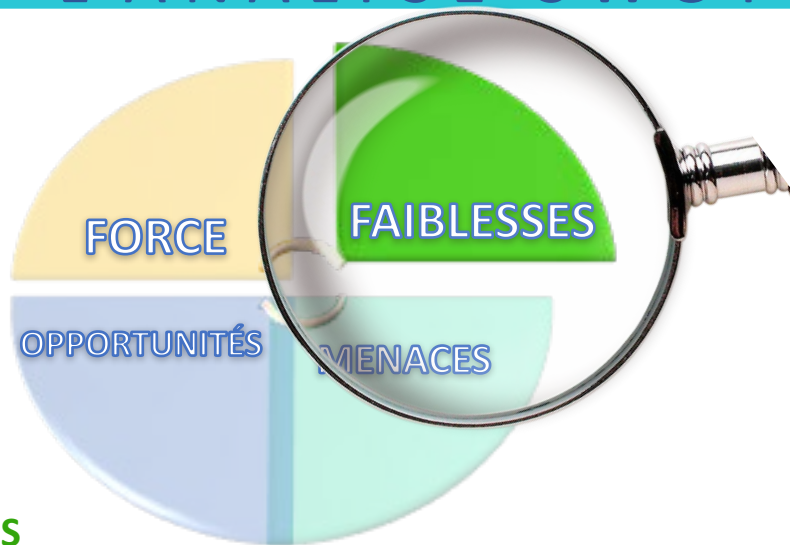
OPPORTUNITES

La CAESM voit dans l'économie de la mer et le tourisme durable, les leviers du développement de la Martinique d'aujourd'hui et de demain.

Dans cette opération, la CAESM souhaite se positionner comme acteur clé du **Développement Local par les Acteurs Locaux (DLAL)** pour favoriser une croissance intelligente, durable et inclusive du territoire.

- Le territoire-sud, c'est aussi un potentiel de développement des énergies renouvelables.
- L'adhésion au modèle et label ODYSSEA de Croissance et Tourisme Bleu, et le territoire-sud présente de nombreux atouts pouvant permettre d'optimiser ce modèle.
- La structuration de la croissance bleue (plaisance, croisière et loisirs nautiques) par la définition d'escalas Nature et Découvertes, Saveurs et Art de Vivre, mais également Culture et Patrimoine.
- La gestion intégrée de la zone côtière et maritime à travers le Contrat Littoral.
- L'Espace Sud manifeste sa détermination à rentrer dans une démarche exemplaire.
- Développement de l'agriculture périurbaine à partir du tissu de petites exploitations du sud de la Martinique dans une logique de circuit court .
- Une production agricole biologique de niche à encourager.
- Développer la transformation locale des produits agricoles : sécuriser les filières de l'amont à l'aval.
- Diversifier les activités et les métiers en milieu rural en lien notamment avec les services à la personne, le lien villes-ports, le tourisme bleu et vert...

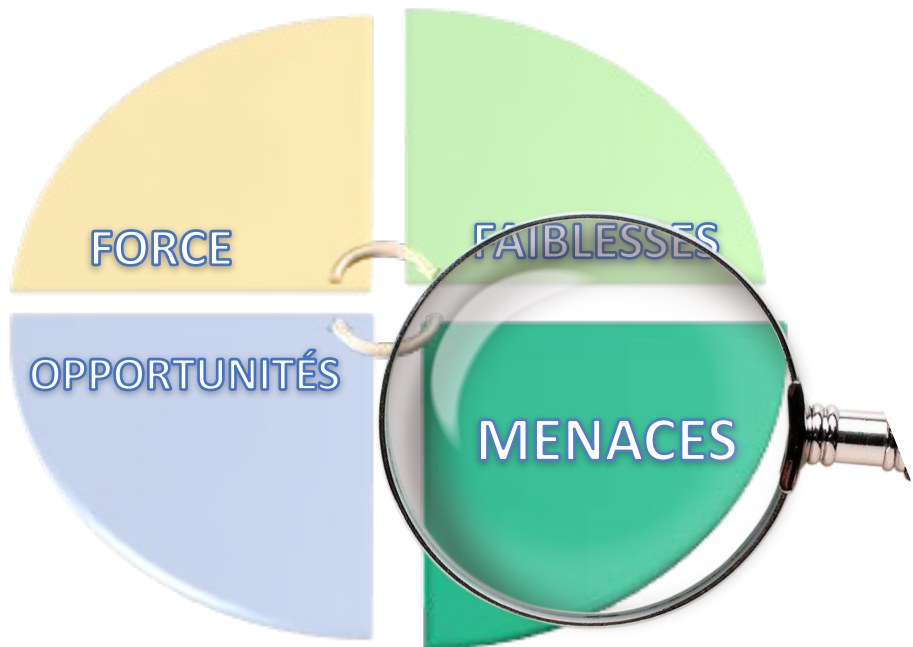
L'ANALYSE SWOT



FAIBLESSES

- La nécessité de rendre les métiers de la mer plus attractifs et compétitifs.
- L'adaptation de la fiscalité liée aux activités nautiques .
- L'assouplissement d'un certain nombre de règles pour permettre un rattrapage en matière d'équipements, notamment en nombre d'anneaux et en infrastructures portuaires.
- - Différentiel de coûts de production avec la concurrence de la zone caraïbe et donc de compétitivité-prix :
 - Haut niveau « d'intégration sociale » de la Martinique qui se traduit par des coûts de production beaucoup plus élevés que les coûts de production de ses voisins et/ou concurrents immédiats.
 - Intégration verticale pratiquée par les grandes firmes multinationales installées dans les pays voisins, qui entraîne des économies d'échelle conséquentes.
 - Déficit d'articulation et/ou de complémentarité des différentes politiques de coopération et de leur fonctionnement.
 - Normes européennes qui induisent des distorsions de concurrence et freinent l'insertion régionale.
 - Accord UE/ACP qui défavorise la position concurrentielle de la région.
- Manque de lisibilité des actions de coopération régionale menées qui ne sont pas nécessairement répertoriées et connues de tous les acteurs de la zone.
- Extensions urbaines mal maîtrisées et pression foncière dans les territoires ruraux du centre et du sud.
- Fort recul de l'activité agricole : moins d'exploitations, moins d'exploitants, moins de terres agricoles cultivées...
- Précarité et perte d'image de l'emploi agricole.
- Techniques agricoles encore trop peu soucieuses de la protection environnementale.
- Niveaux de formation et de revenu globalement plus faibles dans les zones rurales agricoles.

L'ANALYSE SWOT

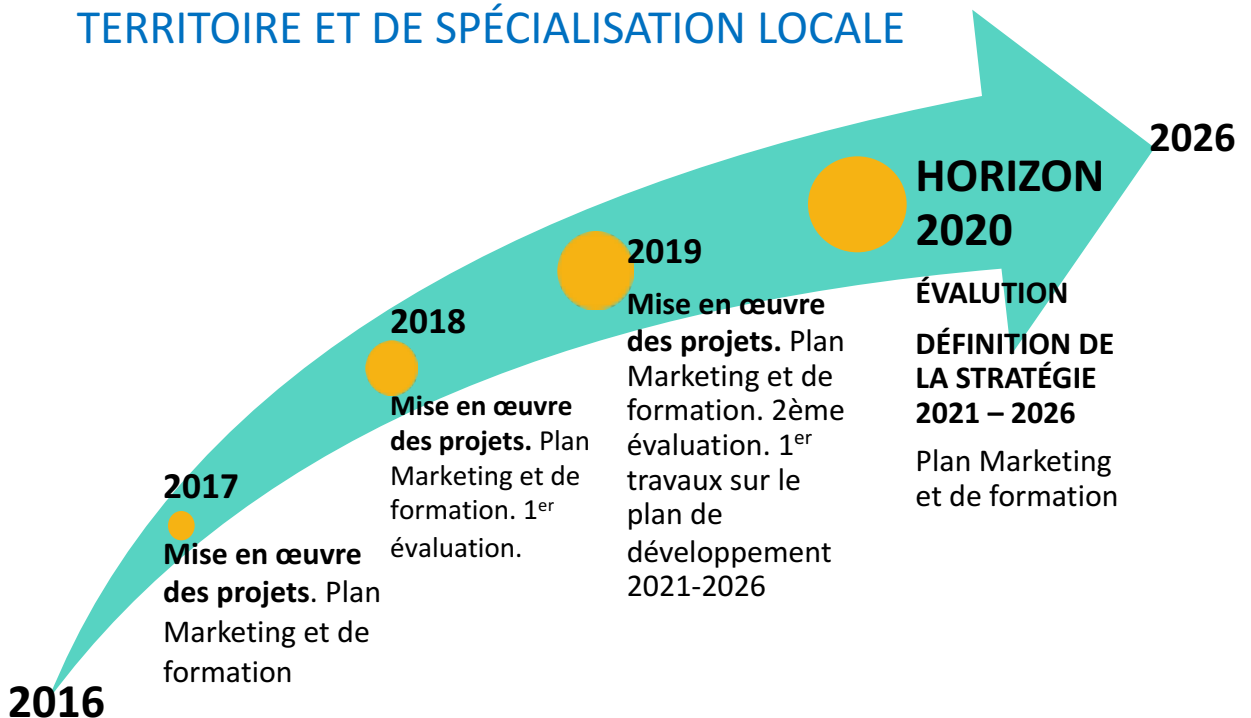


MENACES

- Compétition accrue des régions voisines et perte de marchés sur le tourisme notamment distorsions de concurrence dues aux différentes législations.
- Isolement régional.
- Banalisation des territoires ruraux.
- Disparition des surfaces agricoles dans les territoires du sud.
- Dégradation environnementale des territoires dédiés aux grandes cultures.
- Fragilisation et exclusion sociale et physique des ménages.
- Ne pas arriver à réduire le déficit d'accessibilité et de liaisons (maritime, aéroportuaire, TIC...)
- Ne pas saisir l'opportunité de la croissance bleue et les nouveaux enjeux géopolitiques de la Caraïbe.

LA STRATÉGIE CAESM

DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES, DANS UNE LOGIQUE DE TERRITOIRE ET DE SPÉCIALISATION LOCALE



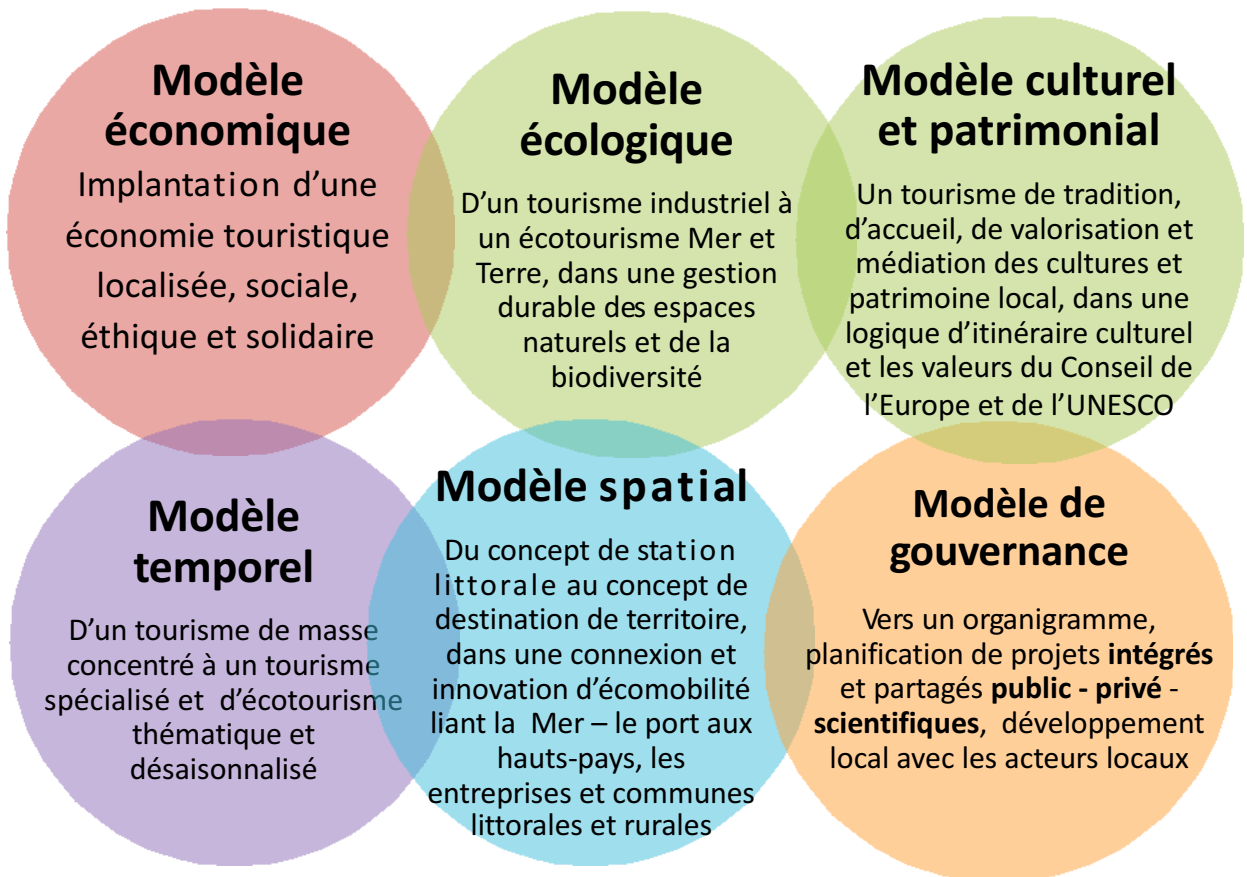
La CAESM a décidé de planifier et concentrer ses investissements sur les potentiels d'excellence de son territoire, en favorisant l'innovation, la spécialisation et la collaboration entre secteur public et privé.

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

1. Fédérer les structures existantes en créant le nouveau 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. Promouvoir la marque Martinique de la CTM en déclinant sur notre destination la marque « Sud Martinique ».
3. Développer les activités sur la totalité de l'année dans le modèle Odyssea de mise en écotourisme des 4 saisons, autour d'événements, de produits attractifs et spécialisés autour des activités bleues : nautiques, croisière, plaisance, pécaturisme, activités plage, ...
4. Instaurer une politique d'itinérance 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 de notre territoire.

LES ENJEUX

Le choix volontariste de la CAESM d'un tourisme d'excellence intégré et innovant



Encourager les Martiniquais à être acteurs de leur territoire

Un objectif qui se traduit par 2 orientations :

- être moteur dans le développement et la valorisation d'un espace de tourisme et de loisirs intégré, respecté par et pour tous ;
- soutenir une activité agricole diversifiée, de proximité et respectueuse de l'environnement.

Faire vivre la culture martiniquaise dans les projets stratégiques

La CAESM a la volonté d'aider à la transmission de la culture créole afin de consolider l'émergence de l'identité martiniquaise. Elle souhaite développer et promouvoir une image renouvelée moderne et intégrée des us et coutumes locaux en valorisant la dimension culturelle.

DÉVELOPPEMENT LOCAL PAR LES ACTEURS LOCAUX - DLAL

LES INSTANCES DE GOUVERNANCE DE LA CAESM

Dans cette opération, la **Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique (CAESM)**, communément appelée Espace Sud, se positionne comme acteur clé du **Développement Local par les Acteurs Locaux (DLAL)** pour favoriser une croissance intelligente, durable et inclusive du territoire.

Objectifs :

- Contribuer à une meilleure atteinte, au niveau du territoire Sud Martinique, des objectifs thématiques définis par le label Odyssea de Croissance et Tourisme Bleu, ceux de la Martinique, de l'Etat et de l'UE.
- Soutenir le développement local en partant d'une approche ascendante.
- Faciliter l'appropriation par les acteurs locaux des objectifs définis à l'échelle communautaire.
- 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.

Les instances de gouvernance de conduite du projet

COMITE 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 : Ville du Marin (équipe projet ODYSSEA*), Espace Sud (équipe projet ODYSSEA**),

Réunions : Il se réunit tous les deux mois de manière alternée au siège de l'Espace Sud et à l'Office de tourisme du Marin.

COMITE TECHNIQUE ELARGI

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

Membres : Ville du Marin, Espace Sud Directeurs de projet, Collectivité Territoriale de Martinique (CTM), Comité Martiniquais du Tourisme (CMT).

Réunions : Il se réunit au minimum une fois par an, en fonction des actions mises en œuvre.

COMITE STRATEGIQUE

Rôle : Il définit la vision stratégique du projet.

Membres : Le Président de l'Espace Sud et ses équipes, le Maire du Marin et ses équipes.

Réunions : Il se réunit au minimum deux fois par an.

COMITE 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 : GEC ODYSSEA, ESPACE SUD, Communes de l'Espace Sud, CTM, DIECCTE, DDJS, CMT, AGEFMA, Organisations socio-professionnelles (Contact Entreprises, Chambre de Commerce, Martinique Yachting Association...), Ligue de Voile, Cluster Maritime.

Réunions : Il se réunit une fois par an (sauf besoin spécifique) au siège de l'Espace Sud

CONFERENCES DES MAIRES

Rôle : Elle valide les actions menées dans le cadre de la mise en œuvre du programme.

Membres : Les Maires de l'Espace Sud.

Réunions : Au minimum, une fois par an en fonction des livrables à présenter et de l'avancée du projet.

Equipe projet ODYSSEA Ville du Marin : Yvonne Tritz, Michel Pilon, Lucie Baudin, Tania Regis-Abel

Equipe projet ODYSSEA Espace Sud : Mélissa Aboué-Zambo, Directeurs et chefs de projets pour chaque fiche-action.

COMITE DE REDACTION

Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

Jacqueline BRUANT, Jocelyne NARFIN, Mélissa ABOUE-ZAMBO

Le Groupement Européen de Coopération Odyssea

Philippe CALAMEL, Guy GAMESS, Sandrine MAZZIOTTA-BASTIEN, Judicaël CHASSEUIL

DES OBJECTIFS ET ENJEUX STRATÉGIQUES

Un projet exemplaire pour engager les acteurs locaux sur des critères de qualité, de mise en réseau culturel et marketing dans le concept de co-branding.



CONNECTIVITÉ DE LA DESTINATION ET MOBILITÉ
LIAISON AÉRIENNE – LIAISON MARITIME
MOBILITÉ LOCALE D'ACCÈS AUX SITES ET AUX ENTREPRISES

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

AMÉNAGEMENT DURABLE

CONCEPT DE MULTI-DESTINATIONS

PROTECTION DES MILIEUX ET DE LA BIODIVERSITÉ

DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET INTÉGRÉS

Le respect du modèle **Odyssea** doit permettre au territoire sud Martinique de réaliser les six principes directeurs du label **Odyssea** :

1. excellence, attractivité et exemplarité des projets des villes-ports, des sites au bord de l'eau et des communes rurales connectées ;
2. innovation ;
3. mixité des usages ;
4. ouverture et accessibilité au public ;
5. performance économique, attractivité et compétitivité de l'offre ;
6. excellence environnementale et sociale.

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**. 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 pluri-annuelles** : 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 2020.

DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS, STRATÉGIQUES ET INTÉGRÉS

La CAESM engage une opération stratégique et intégrée qui va permettre de réaliser un plan d'actions détaillées 2016 - 2020, avec des actions cohérentes et complémentaires, mobilisant un ou plusieurs fonds. Elle 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 Martinique, 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 CAESM 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 « Sud Martinique » avec le CMT dans la Caraïbe 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 PNR de la Martinique.

LA STRATÉGIE CAESM

LA SPÉCIALISATION INTELLIGENTE SUD MARTINIQUE

Le principal enjeu concernant le territoire Sud Martinique réside dans la construction d'un équilibre garant de la cohésion territoriale d'ensemble du territoire tout en valorisant les spécificités et atouts de chacun.

« Les défis d'une spécialisation intelligente Sud Martinique dans le modèle Odyssea de Croissance & Tourisme Bleu »

La CAESM s'orienterait vers une spécialisation mixte alliant développement résidentiel maîtrisé (périurbanisation raisonnée et économie liée), activités touristiques spécialisées dans le tourisme bleu, en complémentarité avec le tourisme vert et une agriculture favorisant les circuits courts et s'appuyant sur un réseau dense de petites exploitations.

L'Escale Nautique, le Tourisme Bleu by Odyssea, « la » spécialisation : activités nautiques, croisière, plaisance, accueil Port de plaisance / mouillages, grande plaisance, plages, pécaturisme, patrimoine maritime, saveurs de la mer, événementiels, salon, itinéraires maritimes sur la zone et dans les caraïbes, le cluster des entreprises concernées.

Le développement d'activités économiques nouvelles adossées à la croissance bleue :

- à l'agriculture(agro-tourisme) ;
- aux atouts environnementaux et patrimoniaux (tourisme vert) aux besoins émergents de services à la personne en lien avec le vieillissement ;
- à la mobilité douce et garantie de l'accès à tous aux TIC et aux transports collectifs (sous des formes adaptées en milieux isolés)



Organisation d'un tourisme durable visionnaire

L'EXCELLENCE TOURISTIQUE
DES THÉMATIQUES ET DES OFFRES EN LIEN AVEC LES
ENTREPRISES ET LES COMMUNES

SUD MARTINIQUE UNE STRATÉGIE DE MULTI-DESTINATIONS D'EXCELLENCE



En cohérence avec la stratégie France 2020
et le CMT

STRATÉGIE DE SPÉCIALISATION

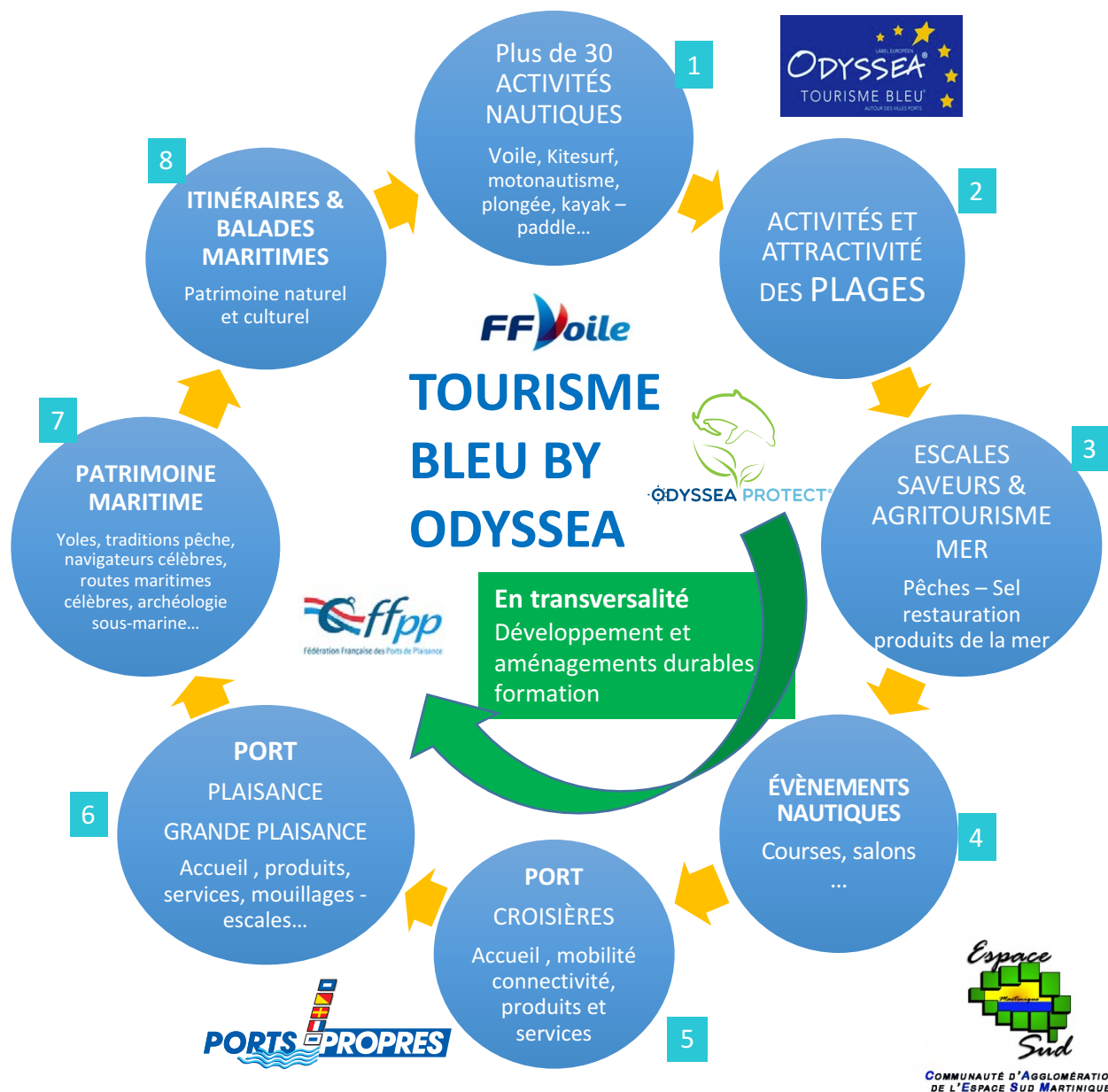
SUD MARTINIQUE DANS LE MODÈLE ODYSSEA DE CROISSANCE BLEUE

La CAESM et ses partenaires considèrent que la spécialisation « ODYSSEA CROISSANCE & TOURISME BLEU CARAÏBES » est une grande valeur ajoutée pour développer un modèle commun de multi-destination nautique, plaisance et de croisière dans les Caraïbes. Il doit permettre d'atteindre des objectifs communs : mieux répartir dans le temps et dans les territoires les flux touristiques ; mieux organiser les connectivités Aéroport - Port - Territoire rural ; renforcer la compétitivité de nos entreprises, l'accessibilité, la connectivité (en termes d'écomobilité), et l'attractivité de nos destinations en termes d'itinérance et de valorisation d'escales d'excellence : Saveurs & Gastronomie ; Culture & Patrimoine ; Nature & Découverte ; Nautisme ; Art de vivre ; Santé et Bien-être.

Ce programme de coopération a pour objectif de financer des projets de coopération de grande qualité dans le cadre de la stratégie Europe 2020.



STRATÉGIE DE SPÉCIALISATION DE LA CAESM LES 8 GRANDS THÈMES DU TOURISME BLEU BY ODYSSEA



Objectifs

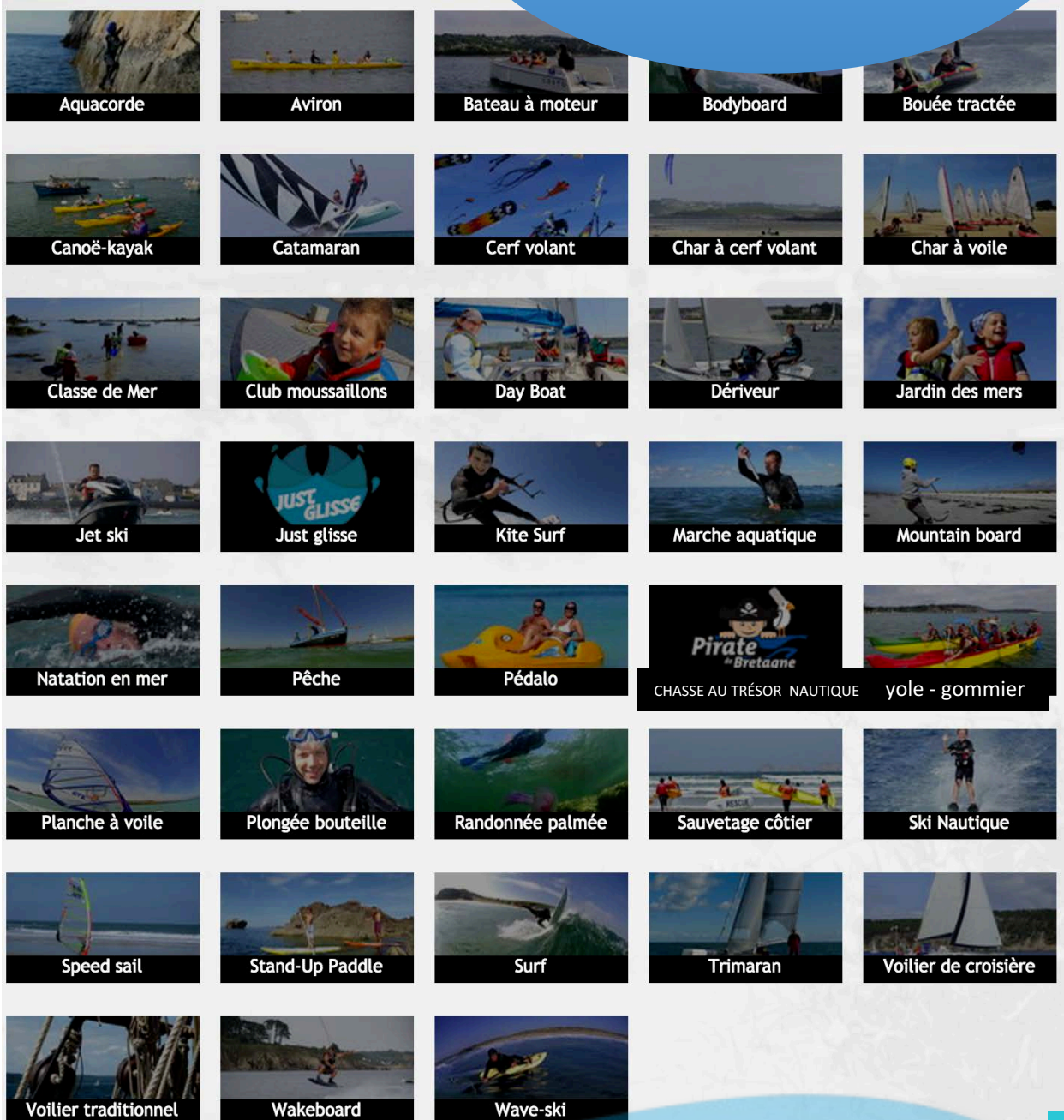
- Attractivité de la destination « bleue » en toutes saisons (allonger la saison)
- Conquérir de nouveaux clients
- Montée en gamme
- Accompagner les entreprises et soutenir la formation
- Développer l'écotourisme bleu (zéro émission de CO2)
- Aménager les lieux de pratiques et les infrastructures d'accueil : ports, mouillages, port à sec, écoles de voile, de plongée...
- Créer une plateforme numérique commune du tourisme bleu : offres, services, produits, réservation
- Développer une politique segmentée : d'accueil, d'offres et services
- Favoriser le développement économique et l'emploi

LA STRATÉGIE DE LA CAESM

SPÉCIALISATION INTELLIGENTE TOURISME BLEU

TOURISME BLEU BY ODYSSEA

PLUS DE 30 ACTIVITÉS NAUTIQUES À
ÉTUDIER EN TERMES DE FAISABILITÉ
DANS LA DESTINATION
« SUD MARTINIQUE »



STRATÉGIE DE SPÉCIALISATION DE LA CAESM

SUD MARTINIQUE DANS LE MODÈLE ODYSSEA DE VALORISATION DES ACTIVITÉS NAUTIQUES



Les plus belles escales



Connectez-vous sur la carte du système d'information numérique géographique des projets et points d'intérêt touristique (POI) de la destination sud Martinique

La CAESM ambitionne de favoriser l'implantation des professionnels du nautisme et de valoriser leur activité sur et à proximité des ports et mouillages organisés. Plus de 30 activités nautiques sont concernées :

- Aviron
- Canoë-kayak
- Chasse sous-marine
- Barefoot (nu-pied)
- Bateau-dragon
- Bodyboard
- Canoé-kayak
- Flyboard
- Hockey-subaquatique
- Joutes nautiques
- Kitesurf
- Kneeboard
- Motomarine
- Motonautisme
- Pêche et pêche sportive
- Planche à voile
- Plongée Apnée - Plongée sous-marine
- Yole traditionnelle
- Ski nautique
- skimboard
- Surf
- Voile
- Wakeboard
- Wakefoil
- Wakeskate - Wakesurf
- Water-polo, Wave-ski ou Wave-ski surfing
- ...

STRATÉGIE DE SPÉCIALISATION DE LA CAESM

SUD MARTINIQUE DANS LE MODÈLE ODYSSEA DE CROISSANCE BLEUE

Promotion des activités de nautisme

En raison de sa position assez centrale dans l'arc des petites Antilles, la Martinique constitue souvent une **étape essentielle et prisée pour les plaisanciers en transit**. Les principales infrastructures de plaisance situées dans la baie du Marin et la Marina de Trois-îlets sont désormais complétées par des nouvelles marinas comme celle en devenir : la marina du François. La multiplication des possibilités d'escales autour de la Martinique contribue notamment à la valorisation du patrimoine touristique et culturel de l'île, et donc à son développement endogène.

Il apparaît important d'inciter les communes concernées à **poursuivre les aménagements permettant de garantir voire d'augmenter leur capacité d'accueil** des navires de plaisance et de grande plaisance et d'encourager l'amélioration des équipements destinés à l'entretien des navires.

Au-delà des enjeux et opportunités pour la plaisance, il s'agit bien d'**assurer l'essor de la filière nautique** toute entière, qu'il s'agisse de la pratique des sports nautiques ou bien du développement de petites et moyennes entreprises du secteur, ou encore des grands projets.



LES ENJEUX DE LA SPÉCIALISATION

LE PARTI-PRIS D'UNE MISE EN FUTUR AMBITIEUSE DU
TOURISME AMPLIFIANT LES AVANTAGES CONCURRENTIELS DU TERRITOIRE

**Sud Martinique
Devenir une vraie
destination nautique**

2026
5000
anneaux

2016
1400 anneaux

Pour que Sud Martinique puisse se positionner dans le secteur de la plaisance, il lui faut offrir 5 000 anneaux contre les 1 400 qu'elle possède actuellement.

Les groupes de travail du COPIL nautisme, présidés par le Sous-Préfet du Marin, ont été au bout de leurs réflexions. Il en ressort que le nautisme apparaît bien comme un axe fort de développement économique vecteur de création d'emplois.

Les enjeux sont maintenant de faire vivre les actions lancées et d'inscrire le développement du nautisme dans le contrat de projets état-région-département (CPERD) et dans le programme opérationnel (PO) FEDER 2014-2020.

CONSTRUCTION D'UN TOURISME DURABLE VISIONNAIRE

Soutenir les actions de croissance bleue à destination des jeunes

Les jeunes Martiniquais ont particulièrement du mal à accéder au marché de l'emploi. Chaque année, ce sont plus de 1 500 jeunes qui sortent du système scolaire sans aucune qualification, alors même qu'**avoir un diplôme constitue un facteur déterminant face au risque de chômage.**

En effet, 62 % des jeunes demandeurs d'emploi ne possèdent pas de diplôme, alors que les « bac +2 » ne représentent que 10 % des jeunes demandeurs d'emplois. Les démarches d'accompagnement des jeunes vers l'emploi sont donc indispensables à notre territoire.

La croissance bleue au service de l'emploi de la jeunesse

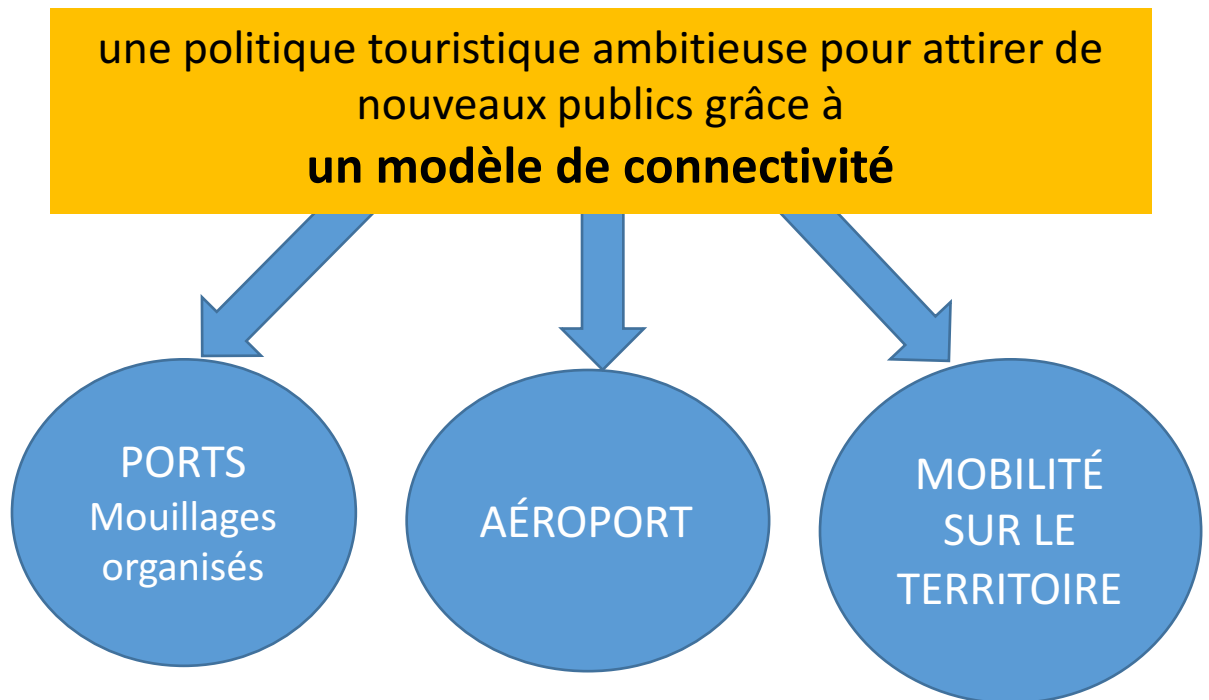
Aussi, il apparaît nécessaire pour la CAESM de favoriser l'accès des jeunes Martiniquais à la qualification des métiers de la Croissance et du Tourisme bleu.

Ces actions doivent comprendre à la fois un volet préventif pour éviter les abandons en cours de scolarité des élèves en difficulté et créer des solutions adaptées à la situation de ces élèves, mais également offensif en réunissant tous les acteurs de l'éducation, de la formation et de l'insertion pour une action coordonnée d'accompagnement des jeunes sortis du système scolaire vers l'emploi et/ou la formation professionnelle liés au tourisme bleu.



LA STRATÉGIE DE LA CAESM

Connectivité et modèle de multi-destination



Un modèle innovant de multi-destination

Métiers de la mer

Déploiement d'une stratégie nautique

Activités sportives et de loisirs nautiques

Aménagement du littoral, des plages des ports et infrastructures

Plaisance et croisières

Fiscalité – Zones franches

Gastronomie de la mer et des terroirs martiniquais

Grands événements nautiques

LES ENJEUX DE LA CAESM

Intervention coordonnée de tous les acteurs

Tourisme durable visionnaire
Toutes filières, tous acteurs volontaires

Écotourisme de territoire

Spécialisation
Tourisme bleu

Tourisme
d'affaires

Escales nature
Tourisme
APN
naturaliste

SPÉCIALISATION
Escales saveurs
gastronomie
agrotourisme

Escales
Culture et
patrimoine
identitaire

Tourisme
social et
solidaire,
Etc.



Accroître la compétitivité des entreprises locales

Mise en écotourisme exemplaire des aménagements
et des sites d'intérêt communautaire

LES ENJEUX DE LA CAESM

Accroître la compétitivité des entreprises locales

L'économie martiniquaise est confrontée à des **problèmes structurels spécifiques ou propres aux régions ultrapériphériques (RUP)** européennes qui limitent le développement de son économie.

Il s'agit tout d'abord de son **éloignement vis-à-vis de l'ensemble européen et du territoire métropolitain** qui pèse négativement sur la mobilité des facteurs travail, capital et bien, et donc renchérit les coûts de production. L'accessibilité réduite à l'hexagone requiert des stocks très importants pour la plupart des entreprises, ce qui explique que le besoin en fonds de roulement des entreprises martiniquaises ait été 2 à 3 fois plus élevé qu'en métropole durant la dernière décennie.

Par ailleurs, **l'exiguïté du territoire et ses caractéristiques géographiques** limitent les facteurs de production et diminuent la rentabilité des activités économiques. La sensibilité du territoire accrue aux chocs (catastrophes naturelles ou accès aux matières premières comme le pétrole notamment) s'ajoute aux difficultés d'éloignement et d'étroitesse du marché.

La **fragilité de son tissu économique** dans lequel cohabitent de grands groupes souvent en situation de monopole avec de très nombreuses TPE-PME est d'autant plus nette pour le tissu industriel où la micro-entreprise domine (77 % des établissements n'avaient aucun salarié en 2010). L'ensemble de ces caractéristiques constitue des freins sérieux à la compétitivité des entreprises martiniquaises.

L'enjeu consistera donc à **favoriser la création de filières** ou réseaux pour accompagner l'émergence de nouvelles chaînes de valeur et assurer ainsi un positionnement compétitif de la production martiniquaise sur le marché international, en lien avec sa structure de coût. Les démarches de **structuration et la création de nouveaux modèles commerciaux**, grâce au développement des technologies de l'information et de la communication, sont autant de dynamiques qui permettront le développement des compétences et la réalisation d'économies d'échelle. Les démarches expérimentales et innovantes d'accompagnement pour le renforcement de la croissance, de la compétitivité et de l'emploi seront également soutenues. De plus, l'essor de nouvelles activités, l'externalisation des fonctions supports, l'évolution du niveau de vie, ainsi que le vieillissement de la population, font émerger de **nouveaux besoins aussi bien en termes de santé, de loisirs et de divertissements que de services** plus opérationnels porteurs de croissance et donc d'emploi.

Enfin, cette action accompagnera le **développement des filières agricoles locales** et leur montée en compétitivité, notamment par une modernisation des exploitations et le soutien d'investissements liés à la transformation et la commercialisation des produits locaux.

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Structuration du modèle économique de la destination

La CAESM va travailler sur les spécificités du territoire et son identité :

- les thématiques culturelles d'itinérance ;
- les clientèles cibles susceptibles d'être sensibles à cette identité et spécificité ;
- les offres disponibles et celles manquantes ;
- les facteurs d'attraction du territoire (les paysages, les savoir-faire, les espaces naturels, les 4 escales thématique Odyssea) ;
- les activités de pleine nature et plus généralement l'offre qualifiée écotouristique du modèle Odyssea ;
- la structuration et l'organisation des acteurs avec l'articulation des missions entre les différents acteurs touristiques, la mutualisation des moyens, des outils numériques communs, la mise en réseau et ses outils... ;
- les fiches de synthèse par projet pilote ;
- la stratégie d'acteurs qui devront permettre un croisement avec les potentiels du territoire.

Filières d'excellence et thématiques identitaires

La CAESM propose de travailler sur une approche « filière », sur la base d'avantages compétitifs existants, dans une recherche d'une meilleure compétitivité des entreprises et des gains en compétence.

Les thématiques culturelles d'itinérance et les entreprises à valoriser dans l'itinéraire et dans des projets d'investissement :

- ✓ Le rhum agricole AOC de Martinique ;
- ✓ le chocolat ;
- ✓ le café ;
- ✓ les épices /la vanille ;
- ✓ la canne à sucre ;
- ✓ La banane et les fruits ;
- ✓ la cuisine et la gastronomie locale ;
- ✓ les fleurs ;
- ✓ les produits de la pêche (poissons, langoustes, oursins...) ;
- ✓ les plantes aromatiques et médicinales ;
- ✓ les métiers d'art et d'artisanat ;
- ✓ les personnages célèbres, les légendes (patrimoine immatériel) ;
- ✓ le patrimoine maritime (Yoles rondes et Gommier de Martinique) ;
- ✓ le manioc

CONSTRUCTION D'UN TOURISME DURABLE VISIONNAIRE

L'engagement de la CAESM dans un développement durable intégré en référence à l'agenda 21

La CAESM dans le modèle **Odyssea** rappelle que le développement durable engagé poursuit **cinq finalités essentielles** :

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

et 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 Sud Martinique

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.



CONSTRUCTION D'UN TOURISME DURABLE VISIONNAIRE

Enjeux en termes de développement durable touristique

Qualifier l'offre à horizon 2020



Mise en écotourisme exemplaire des aménagements et des sites d'intérêt communautaire

Hébergement : favoriser la montée en gamme et l'identité « **Sud Martinique** »

: Lodge de Charme – thématique mer / Eco-hébergement / Insolite (habitat sur l'eau) / Déconnecté / Haut-de-Gamme / Authentique type chambre d'hôte / Groupe...

Activités : favoriser le déploiement des activités nautiques, d'activités plage, de rando qualifiée et ciblée, cyclo VVV , VTT, de navigation douce, de balades bateau, de visites de lieux identitaires...

Évènements : Évènements emblématiques des thématiques « Sud Martinique », favoriser des festivals thématiques itinérant par saisons...

Restauration – commerces : Grands chefs et petite restauration identitaire, recettes locales, « paillote » pêcheurs, proche de sites nature et mer, circuits courts/circuits approvisionnement, bio, produits marqués « Sud Martinique », etc.

Cibles de clientèles

Cibles prioritaires identifiées : segment des clientèles intéressées par un des 8 items du Tourisme bleu by Odyssea

Cibles complémentaires : clientèle gastronomie – Activités de Pleine Nature

Rôle DE LA CAESM

Participation aux réflexions globales sur la transition du modèle touristique actuel au regard de la nouvelle stratégie d'économie touristique.

Soutien des acteurs impliqués et coordination dans la stratégie :

- Ensemble des acteurs touristiques du territoire + porteurs de projets et investisseurs
- Pouvoirs publics locaux (CTM, communes...), nationaux et européens

LES ENJEUX DE LA CAESM

Pour la CAESM, le modèle Odyssea se caractérise par une parfaite synergie avec l'Agenda 21 et des projets territoriaux de développement durable

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 écologiquement et socialement responsable.

Objectif 1 :
Tourisme Durable visionnaire

Objectif 2 :
Spécialisation
« Tourisme bleu »

Objectif 3 :
Écotourisme
territoire - tradition,
itinérance douces
thématiques



CONSTRUCTION D'UN TOURISME DURABLE VISIONNAIRE

L'engagement de la CAESM dans un développement durable intégré : le Passeport Vert



Sensibiliser les touristes à la préservation de la biodiversité en outre-mer et valoriser cette biodiversité comme atout du développement touristique des territoires ultramarins, tels sont les objectifs du « Passeport vert » piloté par le ministère des Outre-mer.

La CAESM a souhaité décliner, pour la biodiversité outremer, la démarche du « Passeport vert » (ou *Green Passport*) lancée par le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) et destinée à favoriser le développement du tourisme durable.

L'objectif du passeport vert biodiversité en outre-mer est double : **sensibiliser les touristes à la protection de la biodiversité et valoriser cette biodiversité comme atout du développement touristique des territoires d'outre-mer.**

Ce passeport interactif, qui 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, met donc en valeur l'ensemble des douze départements et collectivités d'outre-mer. Il offre une vision globale de la diversité et de la richesse des atouts naturels des outre-mer français. En outre, il est labellisé « Année 2011 des outre-mer ». Ce Passeport vert existe depuis 2011.



CONSTRUCTION D'UN TOURISME DURABLE VISIONNAIRE

Le Passeport Vert

Les 5 services du Passeport Vert



Préparez votre 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 est 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.

CONSTRUCTION D'UN TOURISME DURABLE VISIONNAIRE

L'engagement de la CAESM dans un développement durable intégré : ODYSSEA PROTECT



Odyssea Protect® c'est :

- ✓ Un outil de développement économique durable de co-gestion pour les territoires dans le cadre d'actions publiques / privées.
- ✓ L'union du monde du tourisme et de l'environnement par la mise en place des voies bleues et vertes Odyssea autour des ports, 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.
- ✓ Une nouvelle mise en itinérance innovante de la destination par la création de « Balades & itinéraires écotouristiques bleus et verts » associant les acteurs des espaces naturels et des escales culturelles, patrimoniales, nautiques, gastronomiques...
- ✓ Un outil de développement dans le cadre de la création d'emplois locaux.
- ✓ Une image positive, plus éthique pour les destinations bleues labellisées Odyssea.
- ✓ 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 territoires d'Outre Mer et des Caraïbes
- ✓ 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 du développement durable

La charte territoriale Odyssea Protect®

L'amélioration de la compétitivité des entreprises et la pérennisation de leur activité passent par une meilleure intégration des activités économiques à la biodiversité.

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 ».

La charte 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 le tourisme à l'intérieur ou à proximité (Commune, Communauté de communes, Communauté d'agglomération, Département) de l'espace protégé.

Les signataires de la charte reconnaissent qu'ils doivent adopter des méthodes de travail basées sur un principe de partenariat qui s'exprimera dans toutes les phases de définition et de mise en œuvre du programme de développement écotouristique. Il se traduit par une contractualisation et une coopération intense et franche entre les gestionnaires de l'espace protégé, les partenaires touristiques (publics/privés) et les autres acteurs locaux (Parcs Naturels Régionales, associations environnementales...).

La charte comprend différents axes tels que les déplacements doux, l'éducation, la sensibilisation et la protection du patrimoine naturel, culturel, la mise en marché des offres et des produits...

CONSTRUCTION D'UN TOURISME DURABLE VISIONNAIRE

L'engagement de la CAESM dans un développement durable intégré : ODYSSEA PROTECT

SUD MARTINIQUE
L'ESCALE FRANCE DES CARAÏBES



Odyssea Protect® c'est :

- ✓ Un outil de développement économique durable de co-gestion pour les territoires dans le cadre d'actions publiques/ privées.
- ✓ L'union du monde du tourisme et de l'environnement par la mise en place des voies bleues et vertes Odyssea autour des ports, 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.
- ✓ Une nouvelle mise en itinérance innovante de la destination par la création de « Balades & itinéraires écotouristiques bleus et verts » associant les acteurs des espaces naturels et des escales culturelles, patrimoniales, nautiques, gastronomiques...
- ✓ Un outil de développement dans la cadre de la création d'emplois locaux.
- ✓ Une image positive, plus éthique pour les destinations bleues labellisées Odyssea.
- ✓ 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 territoires d'Outre Mer et des Caraïbes
- ✓ La création d'éco-gare intermodale 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 du développement durable

ENJEUX DE CAESM

Optimisation de la mobilité multimodale dans un objectif touristique

La Martinique connaît de **grandes difficultés de circulation** de par un faible développement des transports en commun et un recours massif à l'automobile pour les déplacements quotidiens. Le développement d'un réseau de bus sur l'agglomération centre, n'a pas véritablement permis de diminuer le recours à l'utilisation du véhicule personnel. Depuis ces dernières années, l'accroissement continu du trafic routier (+ 4 % par an) se traduit par une congestion récurrente des axes routiers notamment de par une **forte concentration des flux vers l'agglomération Centre** (plus de 110.000 véhicules par jour sur l'axe Lamentin – Fort de France).

L'accroissement du trafic routier appelle par conséquent un développement plus volontariste de modes de transports alternatifs à la voiture. Ce sera le cas du **projet de Transport Collectif en Site Propre (TCSP)** pour le transport de passagers qui est en cours de réalisation sur le territoire de l'agglomération Centre. Toutefois, des alternatives restent à développer pour faciliter le déplacement des personnes et des biens et lever cette contrainte endogène, véritable frein à la cohésion et à l'inclusion sociale et qui impacte la compétitivité des entreprises et du territoire.

Concernant le trafic maritime en Martinique, il existe un service de transport transrade dans la baie de Fort-de-France ainsi qu'un trafic inter-île. Le constat d'une Martinique freinée dans son dynamisme par des conditions de déplacement dégradées, alors même que son réseau routier est de bonne qualité mais souvent saturé, conduit à mettre en avant une stratégie visant à réduire les flux de véhicules. **L'intégration des deux modes de transport collectifs (routier et maritime)** apparaît donc indispensable afin de contribuer à la structuration de l'intermodalité, qui permettra de réduire la saturation du réseau routier et diminuer l'importante pollution engendrée par l'automobile individuelle.

L'optimisation logistique visant à favoriser la mobilité multimodale est donc un axe prioritaire de développement qui devrait se traduire par des répercussions positives en termes de compétitivité de l'ensemble des activités économiques. Pour la partie transport terrestre comme maritime, l'enjeu sera d'engager des opérations visant à améliorer l'accessibilité à ces services publics de transport collectif. Il s'agit notamment de faciliter la mise en place d'une **billetique intégrée**, rendant ainsi les changements de mode plus transparents pour l'utilisateur, d'améliorer la visibilité pour l'utilisateur sur la qualité de service par une **information en temps réel** de l'état du trafic et de l'heure d'arrivée du prochain service, y compris dans le cadre de l'intermodalité terre/mer et enfin, **d'améliorer l'accessibilité du service aux personnes à mobilité réduite**.

LES ENJEUX DE LA CAESM

SUD MARTINIQUE DANS LE MODÈLE ODYSSEA DE MISE EN CULTURE

Le développement durable a longtemps été présenté comme résultant de la rencontre harmonieuse des secteurs économique (croissance), social (réduction des inégalités et de la pauvreté) et environnemental (respect de l'environnement). Depuis quelques années, de plus en plus de décideurs incluent à cette association un quatrième pilier : la culture. Cet intérêt a été couronné par la tenue d'un congrès international de l'UNESCO à Hangzhou, en Chine, en 2013 sur le thème « La culture : clef du développement durable ».

L'idée est de mettre à profit l'expérience des générations passées et de reconnaître la culture et la diversité culturelle, comme faisant partie intégrante du patrimoine mondial, à préserver au même titre que l'environnement. La culture est donc désormais considérée comme un facteur fondamental de la durabilité en tant que capital de connaissance et en tant que secteur d'activité. A notre échelle, cette orientation est particulièrement visible à travers le Plan de Développement et d'Aménagement de la Martinique (PADM) : il s'agit d'adapter les modèles de développement à la culture martiniquaise et de bâtir le développement durable en s'appuyant à la fois sur les savoir-faire hérités et sur les activités économiques liés à la culture locale (tourisme notamment).

Promouvoir la richesse artistique et permettre aux Martiniquais ainsi qu'aux touristes d'accéder à cette culture participent également au rayonnement de la Martinique et son développement économique et culturel. Il apparaît donc indispensable de **soutenir l'aménagement de structures qui valorisent les expressions artistiques et culturelles de notre territoire** pour en faire un facteur d'attractivité.

Par ailleurs, afin de contribuer à la structuration et la diversification de l'offre touristique de la destination Martinique, cette action participera également au **développement de certains espaces d'aménagement touristiques** de la Martinique, accompagnant ainsi l'essor du tourisme vert et la structuration de panels d'activités liés à la mer et au nautisme.



CULTURE ET PATRIMOINE

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Déploiement d'une stratégie digitale innovante

Développer des plateformes de mutualisation

Mise en e-application et mise à disposition de l'écosystème numérique Odyssea en lien et coopération avec le CMT .

Les objectifs :

Création d'une plateforme numérique commune « Sud Martinique » par la mise en place :

- d'un écosystème de gestion numérique de l'inventaire avec cartographie interactive facilitant le géopositionnement des lieux sur plusieurs SIG (cartographies Google – Navionics);
- la promotion et la mise en e.tourisme des POI « Sud Martinique » le long de ses voies bleues et vertes et des produits associés marqués « Sud Martinique » .
- La réalisation d'une application numérique avec fiches thématiques mises à disposition des acteurs locaux et gestionnaires du projet (ex les OT), permettant aussi d'alimenter, par la suite, le portail internet de destination et les réseaux sociaux.



SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Pourquoi une marque de destination ?

Une marque pour engager les acteurs locaux sur des critères de qualité, de mise en réseau marketing dans le concept de co-branding.



Définition et création de la marque touristique de destination « Sud Martinique » dans le label Odyssea, identité graphique et recherche de marque de « Destination d'excellence » avec dépôt pour protection à l'INPI.

Rédaction de l'excellence touristique des offres de proximité de qualité : structuration des 4 thématiques d'escalas du modèle Odyssea, identification des acteurs professionnels avec les offices de tourisme et les communes, création d'une première offre d'écotouristique différenciatrice et partagée par les 12 communes en coopération formalisée avec les partenaires locaux impliqués.

Une attention particulière sera portée aux aspects qualitatifs de l'accueil, des produits et des services, de l'authenticité, de l'accessibilité en cohérence avec l'évolution de la demande des clientèles. Cette mission inclura un volet qualitatif, avec l'engagement du territoire et de différents partenaires dans des démarches qualités ou labels existants avec une spécialisation des activités touristiques respectant l'environnement et la biodiversité : **Odyssea Protect** et **Passeport vert** pour marquer la bonne conduite environnementale des professionnels.



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION

On entend par destination « *un territoire qui est commercialisé comme une entité touristique auprès de marchés multiples [...] Le périmètre d'une destination peut correspondre à des frontières administratives (nation, région) si elles traduisent des orientations culturelles fortes mais elle peut également représenter des caractéristiques géographiques spécifiques (la mer des Caraïbes, l'océan Atlantique) ou des particularités géographiques locales (Morne Gommier, plage des Salines, le rocher du Diamant, les îlets...)* ». Le territoire est donc ici associé à un produit, sur la base duquel se construira une démarche de promotion.

La notion de destination dépasse donc le simple lieu où se rend un touriste, c'est un ensemble d'offres construit, pensé et agencé, qui à terme construit (ou s'efforce de construire) une identité commune reconnue par tous.

Rebillard Sylvie. Marque de destination et identité territoriale. Des destins liés. Revue Espaces « Marques de destinations », mai 2012

L'identité du territoire est la base de la construction d'une image. Cette image alimente l'imaginaire touristique de chacun, cette image et cet imaginaire se confrontent à l'identité du territoire et l'influencent.

C'est dans ce contexte qu'apparaît la notion de marque territoriale : elle est présente pour lier à la fois les acteurs et les objectifs entre eux ; elle permet d'embrasser l'ensemble des entités d'un territoire pour les mettre au service d'un nom, d'une devise, d'une image.

Selon Didier Arino, « *la marque est un des moyens du marketing, discipline qui a pour objectif l'adéquation de l'offre à la demande, dans le but d'assurer une croissance profitable à l'entreprise* » (« *Les marques du tourisme* », avec Michel d'Horrer et Jacques Wintrebert). D'un point de vue juridique, « *la marque est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale* » (Code de la propriété intellectuelle, article L.711-1). « *Le physique de la marque est ce qui la caractérise, ce qu'elle fait, le service qu'elle rend [...] Le caractère de la marque traduit l'imaginaire caché et rend perceptibles ses valeurs immatérielles [...] Le style de la marque est ce qui lui permet de se faire remarquer.* » (« *Les marques du tourisme* »).

Comme l'expliquent les auteurs du « *Marketing touristique des collectivités territoriales* », la valorisation et la dynamisation d'une marque touristique tiennent au fait qu'elle doit s'adapter au marché et évoluer, au lieu de se figer et vieillir. En effet, cette dernière se doit d'être au plus près des attentes de son public, en termes de contenu de l'offre mais aussi de valeurs qu'elle véhicule.

On peut par exemple penser aux services de communication qui assurent aujourd'hui une présence sur internet et notamment sur les réseaux sociaux. Comme l'explique Ludovic Dublanquet, « *Communiquer sur les médias sociaux est essentiel, mais requiert une souplesse et une agilité dont beaucoup de destinations touristiques sont encore trop souvent dépourvues* ». Il s'agit donc ici d'une évolution en termes de supports, de contenus, mais aussi et surtout de formation des acteurs.

LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION

Une marque pour engager les acteurs locaux sur des critères de qualité, de mise en réseau marketing dans le concept de co-branding

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 bénéfices pour le territoire ?

- ✓ **Renforcer la notoriété et l'image du sud de la Martinique**, 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 privés** dans une démarche d'appropriation, puis de relais amplificateur.

Une marque partagée constitue un véritable avantage compétitif et renforce le sentiment d'appartenance et la cohésion de l'ensemble des acteurs du territoire.

Pour engager les acteurs locaux sur des critères de qualité, de mise en réseau marketing dans le concept de co-branding.

L'objectif de la marque de destination Sud Martinique est de promouvoir sa destination en associant les entreprises et en travaillant de concert avec les **communes, le Comité Martiniquais du Tourisme et Atout France**.

La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique va décliner sa spécificité de destination pour renforcer son attractivité mais aussi celle de l'ensemble de la Martinique, par la mise en place de **Filières d'excellence et thématiques identitaires**.



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION

Pour structurer un tourisme exemplaire autour du modèle de contrat de destination du ministère du Tourisme

L'objectif est de promouvoir la marque de destination pour associer les entreprises et travailler de concert avec les communes, le CMT, et Atout France.

« Sud Martinique » va décliner sa spécificité de destination.



CRÉATION DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE EN
COHÉRENCE AVEC LA MARQUE DE DESTINATION
« La Martinique » et « Destination France »



Rappel du M dans le logo Sud Martinique pour une cohérence et
une complémentarité des 2 stratégies.

LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEA

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE NATURE/ ECOTOURISME/ECOMOBILITE



LA DÉFINITION D'UN SOCLE IDENTITAIRE

Une marque de destination pour aider à la structuration du Pôle touristique territorial et de destination d'excellence « Sud Martinique »



La CAESM s'engage dans un travail de définition des thèmes de développement qui caractérisent la destination. Une opération qui s'inscrit dans le cadre promu par le ministère du Tourisme : le contrat de structuration de pôles touristiques territoriaux et de destination d'excellence (SPÔTT).

Une marque qui fait suite au travail d'inventaire des 12 communes et qui concerne : les patrimoines, paysages, savoir-faire, us et coutumes, dans l'objectif de mettre en avant les thèmes attractifs et identitaires de son excellence touristique.

Dans le label du ministère concernant les SPOTT, l'objectif de la marque de Destination est de marquer les offres, les produits, les services, les entreprises, suite à la structuration de l'offre autour des atouts naturels, patrimoniaux, artisanaux ou encore insolites du territoire qui ont vocation à devenir des références touristiques et qui fera ressortir :

- la pertinence de la thématique choisie,
- la volonté de travailler collectivement,
- le soin apporté à la valorisation des richesses et ressources du territoire,
- son inscription dans une démarche de développement durable, associant la population et les acteurs locaux,
- sa capacité à créer ou maintenir de l'emploi,
- sa dimension sociale, son accessibilité,
- l'attention qui sera apportée aux évolutions des attentes des clientèles,
- le caractère innovant de son positionnement et de son contenu.

LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEE

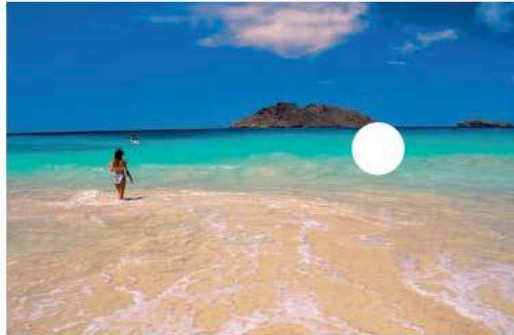
RÉFÉRENCES RETENUES

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE
NAUTIQUE/PATRIMOINE/SAVOIR-FAIRE



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEA

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE LES NUANCES REPRESENTATIVES DES CARAIBES



CIEL & MER
BLEUS
OUTREMER



LAGON
BLEU
EMERAUDE



FLEUR
ORANGE



COCOTIER
VERT

LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEE



CIEL & MER
BLEUS
OUTREMER



LAGON
BLEU
EMERAUDE



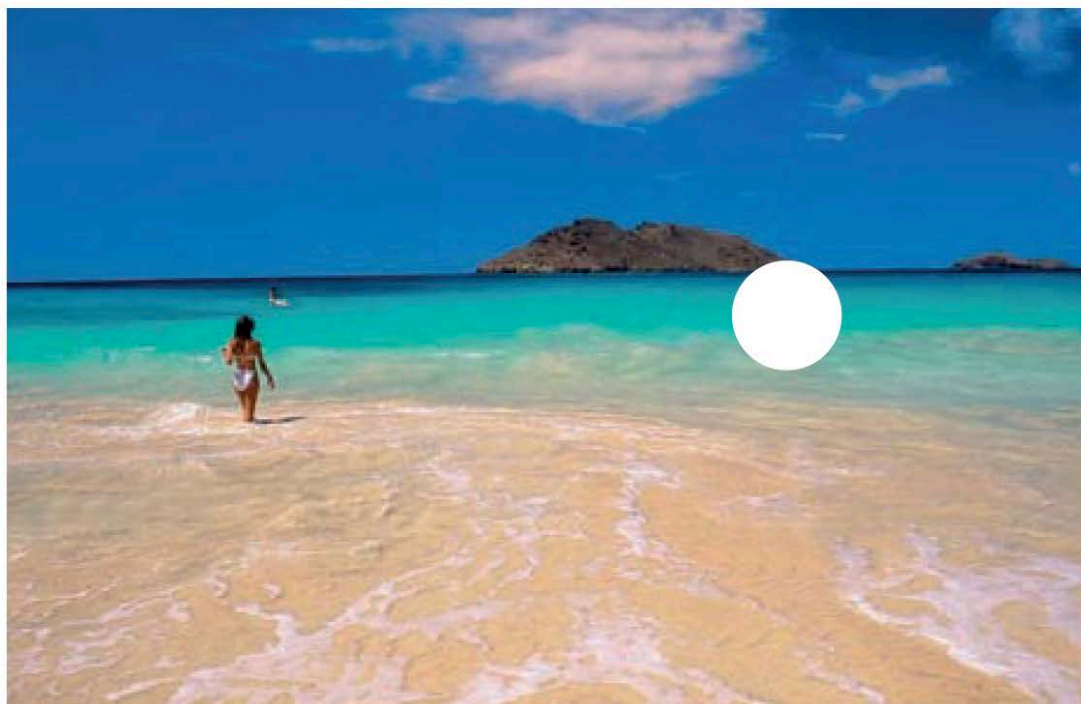
FLEUR
ORANGE



COCOTIER
VERT



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEE



CIEL & MER
BLEUS
OUTREMER



LAGON
BLEU
EMERAUDE



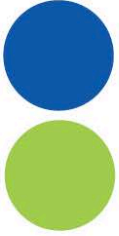
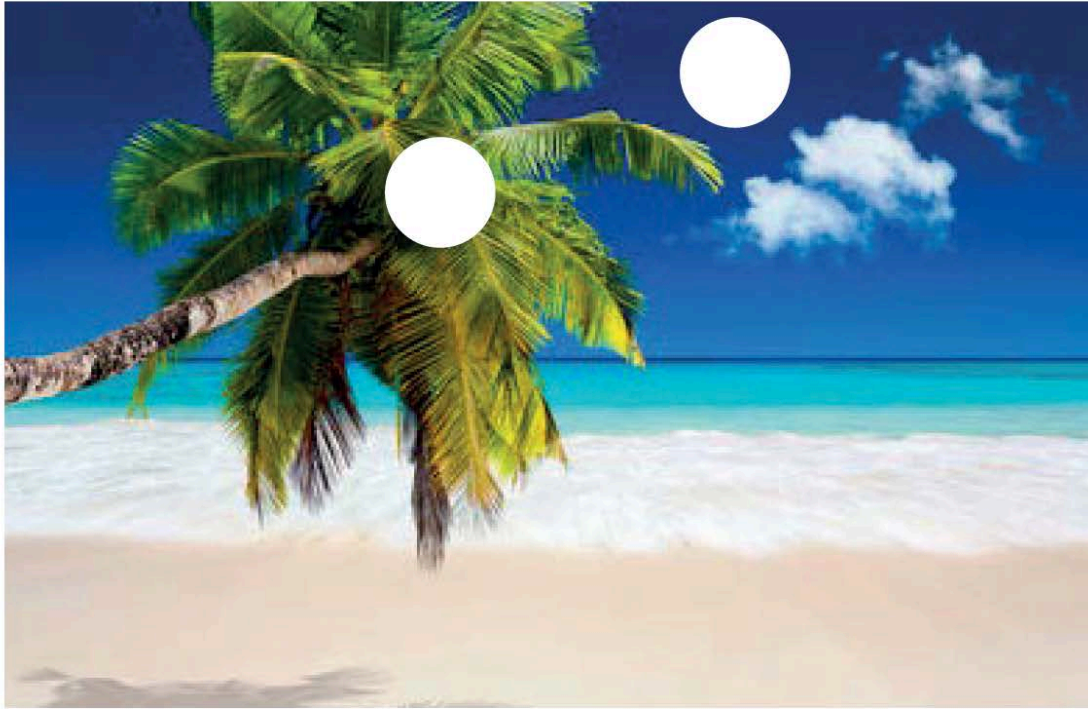
FLEUR
ORANGE



COCOTIER
VERT



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEE



CIEL & MER
BLEUS
OUTREMER



LAGON
BLEU
EMERAUDE



FLEUR
ORANGE



COCOTIER
VERT



PROPOSITION 5



Références Couleurs PANTONE

-  PANTONE 3262 C
-  PANTONE 286 C
-  PANTONE 382 C
-  PANTONE 144 C
-  PANTONE 116 C

LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEA

RÉFÉRENCES RETENUES

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE LE BLOC TEXTE



Le choix stratégique : la mise en place d'une stratégie de co-branding sur 3 « marques de destination touristique »

Le co-branding est une technique marketing de plus en plus utilisée. Les objectifs d'une collaboration entre deux marques sont multiples : repositionner la marque, élargir sa cible ou encore développer de nouveaux produits.

Le co-branding est une collaboration établie entre deux marques dans un but commercial ou publicitaire. Ainsi les marques accèdent à de nouveaux consommateurs et elles renforcent leur positionnement.

Cette alliance entre marques repose le plus souvent sur la complémentarité des compétences techniques ou de distribution des deux partenaires, ou simplement sur la recherche d'un effet de synergie au niveau publicitaire, dès lors que ces deux marques bénéficient en général d'une forte notoriété.



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEA

RÉFÉRENCES RETENUES

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE LE BLOC TEXTE



La France reste une nouvelle fois en 2015, **la première destination touristique** mondiale, avec un record de 84,5 millions de visiteurs étrangers. La fréquentation de visiteurs internationaux devrait même dépasser le cap des 85 millions si l'on intègre les départements et collectivités d'outre-mer.

La France est reconnue aux yeux des clientèles touristiques **comme la première marque de destination touristique au monde**. Il nous semblait essentiel de bénéficier de la force d'attractivité de ce mot auprès des clientèles touristiques.

En cela, il nous semblait essentiel de montrer que la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique était une porte d'entrée en France et en Europe, au sein du bassin caribéen. La France pour les clientèles touristiques étrangères représente : la gastronomie, l'accueil, la qualité, la sécurité, l'art de vivre, la culture, le luxe... Nous avons choisi de jouer sur cette image pour attirer une clientèle touristique bien ciblée (l'Europe, les Caraïbes, l'Amérique du Nord...)



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEA

RÉFÉRENCES RETENUES

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE LE BLOC TEXTE



Au cours des quinze dernières années, l'attractivité de la **région Caraïbe** s'est intensifiée sur le marché du tourisme international, en raison d'une part, de la valorisation du produit balnéaire traditionnel (mer, plage), et d'autre part, de la croissance de la demande des pays d'Amérique du Nord et de l'Europe.

Le **bassin caraïbe** constitue, à l'échelle mondiale, l'une des destinations touristiques les plus prisées par les voyageurs occidentaux en quête d'exotisme tropical. Plusieurs raisons expliquent cette attirance :

- une série de facteurs liés aux conditions naturelles (climat chaud toute l'année, côtes basses et sableuses, etc.),
- la proximité de l'énorme gisement de clientèle de l'Amérique du Nord (et surtout celui formé par les habitants de la mégalopole de la côte est), pays à hauts revenus,
- l'image positive des Caraïbes pour les clientèles touristiques européennes.



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEA

RÉFÉRENCES RETENUES

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE LE BLOC TEXTE



Plusieurs raisons nous ont amenés à choisir le mot « **Ecales** » :

- ✓ Ce mot est en lien avec la stratégie de spécialisation de la destination Sud Martinique qui est le tourisme Bleu (activités nautiques, croisières, plaisance, balades et itinéraires...)
- ✓ Actuellement, avec le port de la ville du Marin, la destination Sud Martinique est reconnue comme une escale incontournable de la navigation dans le bassin caribéen. Il nous semblait important de capitaliser sur cette reconnaissance.
- ✓ L'état français a fait une étude touristique et il ressort que le mot « escale » est dans l'imaginaire des clientèles touristiques synonyme de vacances, de découvertes, de bien-être, détente, de dépaysement, d'évasion...



LA MARQUE TOURISTIQUE DE DESTINATION « SUD MARTINIQUE » DANS LE LABEL ODYSSEA

RÉFÉRENCES RETENUES

MARQUEURS DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE LE BLOC TEXTE



La volonté d'associer le mot « **Rêve** » à « Escales » s'inscrit dans la stratégie suivante : provoquer chez les clientèles touristiques la notion d'émotion, de plaisir, de sensations uniques.

L'idée est de leur faire passer le message que la destination Sud Martinique est une escale incontournable en matière de tourisme et **qu'ils vont y vivre des instants magiques, exceptionnels comme dans leurs plus beaux rêves, tout en donnant l'image du vrai, de l'accessible, du possible.**



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

Sud Martinique dans le modèle Odyssea de mise en écotourisme durable de 5 thématiques d'escales attractives



Itinéraire
Mer et Terre



Escale
Culture



Escale
Nature



Escale
Nautique



Escale
Saveurs

LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT D'ENGAGEMENT « QUALITÉ » POUR LES PRESTATAIRES



CONTRAT DE CESSION DE LICENCE DE MARQUE

De 3 ans 2017 – 2020

La marque protégée SUD MARTINIQUE[®]

Conclut

Entre

L'Agglomération Espace Sud Martinique

et

Guy Lafleur pêcheur à l'Anse D'Arlet

Restabat ut Caesar post haec properaret accitus et abstergendae causa suspicionis sororem suam, eius uxorem, Constantius ad se tandem desideratam venire multis fictisque blanditiis hortabatur. quae licet ambigeret metuens saepe cruentum, spe tamen quod eum lenire poterit ut germanum profecta, cum Bithyniam introisset, in statione quae Caenos Gallicanos appellatur, absumpta est vi februm repentina. cuius post obitum maritus contemplans cecidisse fiduciam qua se fultum existimabat, anxia cogitatione, quid moliretur haerebat.

Fait à Sainte-Luce le 6 décembre 2016

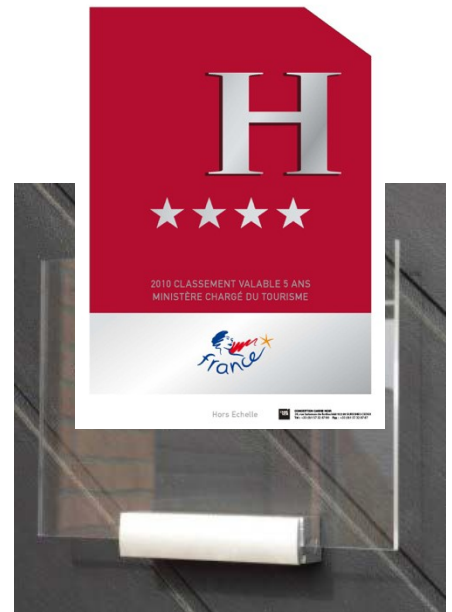
Guy LAFLEUR
Pêcheur

Eugène LARCHER
Président



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES



www.deleage.com

Déclinaison

ESCALE RECOMMANDÉE



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE LES PÊCHEURS

ESCALES de RÊVE
FRANCE-CARAÏBES



Sud MARTINIQUE

AGGLOMÉRATION ESPACE SUD MARTINIQUE

PÊCHEUR

JE M'ENGAGE !

A défendre et promouvoir un bien culturel commun

ODYSSEA Itinéraire Culturel des Ports et Voies Bleues Historiques
Mer & Terre

Grand thème représentatif
des Patrimoines et des valeurs européennes des CARAÏBES

COMPORTEMENT
ÉTHIQUE & EXEMPLAIRE

AMITIÉ ET
SOLIDARITÉ

PROMOUVOIR & RESPECTER LES
CULTURES LOCALES :SUD MARTINIQUE

PARTICIPER À LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET
LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT



QUALITÉ &
HOSPITALITÉ

ÉTAPE RECOMMANDÉE

ITINÉRAIRE CULTUREL

L'ODYSSÉE DE LA MARTINIQUE





PRÉFÉRENCE QUALITÉ
SUD MARTINIQUE

AGGLOMÉRATION ESPACE SUD MARTINIQUE

ÉTAPE RECOMMANDÉE



ITINÉRAIRE CULTUREL EUROPÉEN DES CARAÏBES



PÊCHEUR

Les Anses d'Arlet



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE PRODUCTEUR



**PRODUCTEUR
JE M'ENGAGE !**

A défendre et promouvoir un bien culturel commun
ODYSSEA Itinéraire Culturel des Ports et Voies Bleues Historiques
Mer & Terre
Grand thème représentatif
des Patrimoines et des valeurs européennes des CARAÏBES

COMPOTEMENT ÉTHIQUE & EXEMPLAIRE  QUALITÉ & HOSPITALITÉ

AMITIÉ ET SOLIDARITÉ

PROMOUVOIR & RESPECTER LES CULTURES LOCALES : SUD MARTINIQUE

PARTICIPER À LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT

ÉTAPE RECOMMANDÉE
ITINÉRAIRE CULTUREL
L'ODYSSÉE DE LA MARTINIQUE

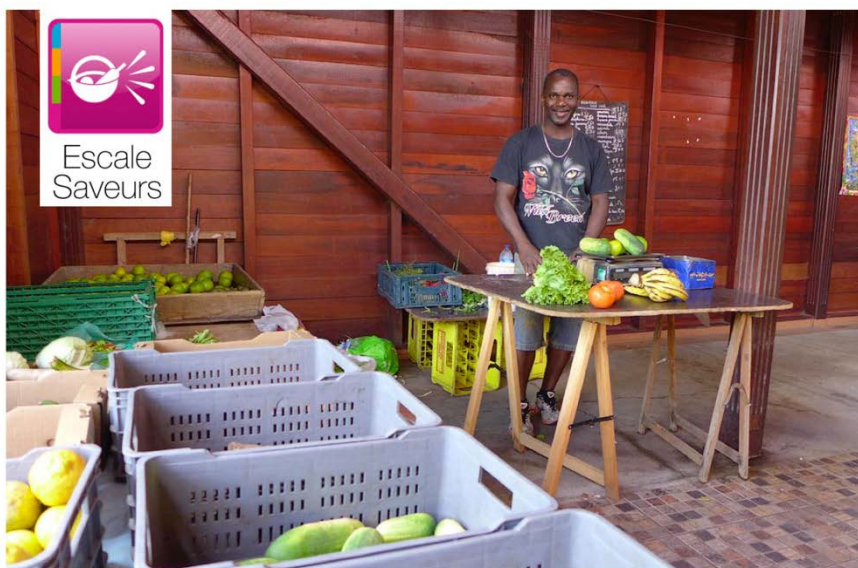


AGGLOMÉRATION ESPACE SUD MARTINIQUE

ÉTAPE RECOMMANDÉE



ITINÉRAIRE CULTUREL EUROPÉEN DES CARAÏBES



Producteur marché local



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE LES PRODUCTEURS



PRODUCTEUR JE M'ENGAGE !

A défendre et promouvoir un bien culturel commun

ODYSSEA Itinéraire Culturel des Ports et Voies Bleues Historiques Mer & Terre

Grand thème représentatif des Patrimoines et des valeurs européennes des CARAÏBES

COMPORTEMENT ÉTHIQUE & EXEMPLAIRE

AMITIÉ ET SOLIDARITÉ

PROMOUVOIR & RESPECTER LES CULTURES LOCALES : SUD MARTINIQUE

PARTICIPER À LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT

QUALITÉ & HOSPITALITÉ

ÉTAPE RECOMMANDÉE

ITINÉRAIRE CULTUREL

L'ODYSÉE DE LA MARTINIQUE



Producteurs marché local



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE HÉBERGEURS



ESCALES de RÊVE
FRANCE-CARAÏBES

Sud MARTINIQUE

AGGLOMÉRATION ESPACE SUD MARTINIQUE

HOTEL LE BAKOUA

JE M'ENGAGE !

A défendre et promouvoir un bien culturel commun

ODYSSEA Itinéraire Culturel des Ports et Voies Bleues Historiques
Mer & Terre

Grand thème représentatif
des Patrimoines et des valeurs européennes des CARAÏBES

COMPORTEMENT
ÉTHIQUE & EXEMPLAIRE

AMITIÉ ET
SOLIDARITÉ

QUALITÉ &
HOSPITALITÉ

PROMOUVOIR & RESPECTER LES
CULTURES LOCALES -SUD MARTINIQUE

PARTICIPER À LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET
LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT

ÉTAPE RECOMMANDÉE

ITINÉRAIRE CULTUREL
L'ODYSSÉE DE LA MARTINIQUE



HEBERGEURS



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE RHUMERIE



RHUMERIE CLEMENT

JE M'ENGAGE !

A défendre et promouvoir un bien culturel commun

ODYSSEA Itinéraire Culturel des Ports et Voies Bleues Historiques
Mer & Terre

Grand thème représentatif
des Patrimoines et des valeurs européennes des CARAÏBES

COMPORTEMENT ÉTHIQUE & EXEMPLAIRE  QUALITÉ & HOSPITALITÉ

AMITIÉ ET SOLIDARITÉ

PROMOUVOIR & RESPECTER LES CULTURES LOCALES : SUD MARTINIQUE

PARTICIPER À LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT

ESCALE RECOMMANDÉE

ITINÉRAIRE CULTUREL
L'ODYSSÉE DE LA MARTINIQUE



Escale
Saveurs

Rhumerie



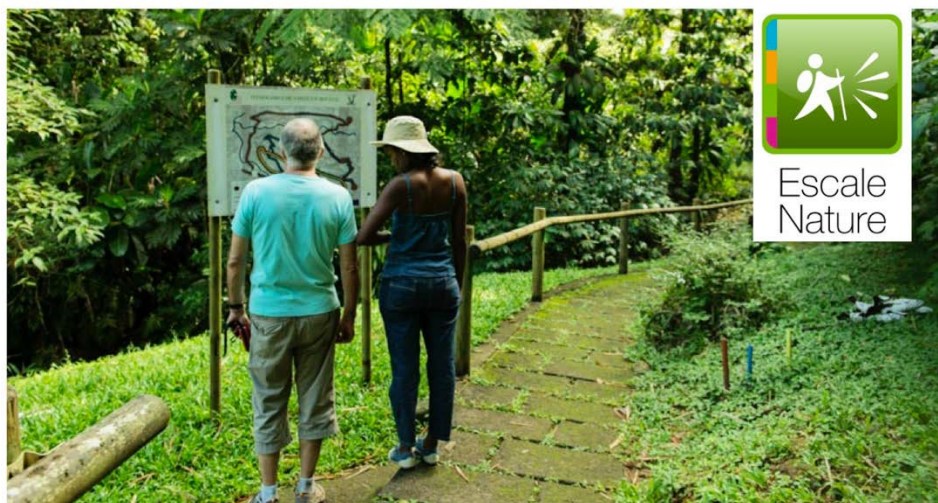
LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE RANDONNÉE



Que faire
Côté Terre?



RANDONNÉES



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE RESTAURANT



RESTAURANT JE M'ENGAGE !

A défendre et promouvoir un bien culturel commun
ODYSSEA Itinéraire Culturel des Ports et Voies Bleues Historiques
Mer & Terre
Grand thème représentatif
des Patrimoines et des valeurs européennes des CARAÏBES

COMPORTEMENT ÉTHIQUE & EXEMPLAIRE  QUALITÉ & HOSPITALITÉ

AMITIÉ ET SOLIDARITÉ
PROMOUVOIR & RESPECTER LES CULTURES LOCALES :SUD MARTINIQUE

PARTICIPER À LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT

ESCALE RECOMMANDÉE

ITINÉRAIRE CULTUREL
L'ODYSÉE DE LA MARTINIQUE



RESTAURANTS



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE NAUTISME



ESCALES de RÊVE
FRANCE-CARAÏBES

Sud MARTINIQUE

AGGLOMÉRATION ESPACE SUD MARTINIQUE

NAUTISME

JE M'ENGAGE !

A défendre et promouvoir un bien culturel commun

ODYSSEA Itinéraire Culturel des Ports et Voies Bleues Historiques
Mer & Terre

Grand thème représentatif
des Patrimoines et des valeurs européennes des CARAÏBES

COMPORTEMENT ÉTHIQUE & EXEMPLAIRE

AMITIÉ ET SOLIDARITÉ

QUALITÉ & HOSPITALITÉ

PROMOUVOIR & RESPECTER LES CULTURES LOCALES :SUD MARTINIQUE

PARTICIPER À LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT

ÉTAPE RECOMMANDÉE

ITINÉRAIRE CULTUREL
L'ODYSSEE DE LA MARTINIQUE



Que faire
Côté Mer?

NAUTISME



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE PORT



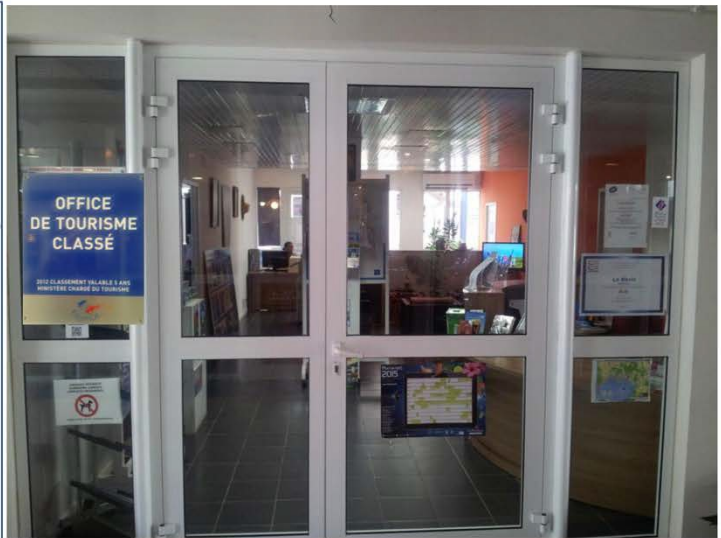
Capitainerie
Port du Marin



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU MARQUAGE

CONCEPT « QUALITÉ » ET « ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA » POUR LES PRESTATAIRES

EXEMPLE OFFICE DE TOURISME



OFFICE DE TOURISME



SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

ESPACE SUD MARTINIQUE CONSTRUIT SES ITINÉRAIRES MER ET TERRE



JE M'ENGAGE !

A défendre et promouvoir un bien culturel commun

L'ODYSSÉE SUD MARTINIQUE

L'ITINÉRAIRE CULTUREL DES
PORTS & VOIES BLEUES HISTORIQUES

MER ■ & ■ TERRE

Grand thème représentatif des Patrimoines et des Valeurs Européennes des Caraïbes
Dans l'éthique e l'UNESCO et label du Conseil de l'Europe

Déclinaison par entreprise « Escale ou étape recommandée »



Plaque d'entrée extérieure pour un port

Plaque d'engagement Qualité intérieur pour un port ou un mouillage organisé



SUD MARTINIQUE

Identification des projets structurants

La CAESM s'applique à identifier et croiser les différents projets à mettre en œuvre de 2016 à 2020 afin de faire valider les choix des opérations d'intérêt communautaire. Elle travaille à définir, élaborer et rédiger le projet stratégique 20/20 incluant des projets de pôles structurants et des opérations pilotes, intégrées et exemplaires.

L'objectif de la CAESM est de favoriser des investissements innovants, exemplaires et éco-compatibles comme l'aménagement de la commune portuaire du Marin, des projets identifiés dans les communes en lien et en coopération avec la CTM, le PNR de la Martinique... dans un objectif clair : assurer plus d'attractivité à la destination, favoriser la promotion des entreprises et l'emploi.

La CAESM distingue les projets de compétences communautaires et les projets qui bien que déclarés d'intérêt communautaire, sont de compétence communale et qui seront portés par les communes.

L'objectif principal du projet global et stratégique est le changement qu'il apportera à la situation actuelle en cohérence avec l'analyse swot.

Il met en exergue :

- Les grands axes à développer (Accueil, communication, mise en réseau, clientèles cibles sur des produits, sensibilisation aux pratiques respectueuses de l'environnement, ...).
- Les défis communs qui seront abordés dans le projet stratégique.
- Les principales réalisations et qui en bénéficiera.
- L'aspect innovant du projet.
- Les projets à mettre en œuvre collectivement (produits touristiques innovants, sites d'accueil, sites pôles par thématique culturelle...).
- Les lieux d'accueil du public existants et potentiels et des propositions sur les vocations possibles de ces sites en cohérence avec les thématiques identitaires à promouvoir dans une logique d'itinérance et de mise en réseau.
- La complémentarité des actions avec les autres politiques sur le territoire.
- Les partenariats à créer.
- Les projets de coopération territoriale régionale et européenne à engager.

SUD MARTINIQUE

Identification des projets structurants d'intérêt communautaire 2016 - 2020

Développement territorial intégré

La démarche **Odyssea de la CAESM de développement durable** caractérise une dimension transversale en cohérence avec le Plan d'Action Stratégique de l'État pour la Martinique. Il s'agira donc dans le cadre du contrat de plan d'aider les projets intégrés à mettre en place des **démarches participatives et transversales** (de type Agenda 21 territorial) pour une mise en cohérence de leurs actions sectorielles, dans un objectif de développement durable de leur territoire.

La CAESM et les communes membres s'engagent à définir et à contribuer à la mise en œuvre d'un projet stratégique intégrant les 6 axes stratégiques du modèle Odyssea de croissance bleue :

AXE 1. Des investissements innovants et éco-compatibles concernant l'aménagement de la destination portuaire pilote du Marin et des communes de l'espace Sud, 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 à la promotion des voies bleues & vertes de Sud 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 Sud Martinique ».

AXE 3. Un plan qualité tourisme de la destination « Sud Martinique », 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 – 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 ENJEUX DE LA CAESM

Sud Martinique dans le modèle Odyssea d'écomobilité et de biodiversité

Les 5 mesures phares écotouristiques développées dans le cadre du programme Odyssea Protect® :

Promouvoir l'offre écotouristique de façon innovante grâce aux innovations numériques

1- Réalisation d'un portail numérique de promotion et de valorisation de l'écotourisme.

Ce portail est une plate forme commune administrée de façon conjointe par les territoires partenaires souhaitant mettre en place une politique éco touristique. Elle référencera sur des cartes interactives les zones sensibles et favorisera l'éco tourisme en proposant des offres et des produits touristiques, des conseils et recommandations en matière de protection des écosystèmes. Cette plate forme travaillera avec les acteurs locaux et veillera aux 3 temps du tourisme avant – pendant – après par les réseaux sociaux.

2 - Structurer l'offre écotouristique

Création au sein du cluster Destination Bleu by Odyssea d'une branche éco tourisme by Odyssea Protect® permettant aux professionnels nautiques, les prestataires touristiques, les Parcs Naturels Marins, Parcs Naturels Régionaux, Réserves naturelles marines de s'engager dans une démarche commune sur des cahiers des charges et des éco-labels existants ou co-écrits.

3- Développer des offres d'itinérance douces écotouristiques

Création d'une nouvelle offre touristique d'itinérance autour des ports et le long des voies navigables par la création des produits : Balades & itinéraires éco touristiques 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 savoir-faire des territoires dans le respect des habitants.

4 - Développer l'accessibilité des sites aux moyens de déplacements doux

Création des éco-gare Odyssea Protect sur les ports les lieux à forte attractivité touristique.

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 « écotourisme » pour le développement de compétences et de l'emploi.

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Gestion intégrée de la zone côtière et maritime

- ❑ Étude pour définir le contrat littoral, planifier le modèle de gestion intégrée des Plages afin d'engager la mise en œuvre du schéma de gestion des plages et des eaux de baignade.
- ❑ Étude pour la gestion des zones de mouillage et des ports
 - ✓ Mise en œuvre du schéma directeur de l'ensemble des zones de mouillages organisées comme pour Les Anses d'Arlet.

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, 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, la connectivité et l'éco-mobilité, l'environnement au cœur de la relation mer, voies navigables, ville & territoire ;
- le ports à énergie positive pour la croissance verte et bleue, des ports de plaisance engagés dans la transition énergétique et écologique ;
- le port comme produit touristique et d'innovation au service de l'attractivité des destinations et dans la défense de la biodiversité ;
- le port et la qualité : service, accueil, offres ... la formation des acteurs concernés.

VOIR FICHE PROJET EN LIGNE



SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Mettre en éco-tourisme les voies vertes et bleues et en itinérance thématique la destination « Sud Martinique »

Fiches Actions :

Organiser l'écomobilité et l'itinérance touristique dans le modèle Odyssea.

Dans un objectif de désenclavement et de connectivité des territoires littoraux et ruraux.

- ✓ Mettre en place d'un réseau d'éco-gares et d'infrastructures de recharge véhicules électriques. La mise en place des éco-gares sur l'ensemble du territoire avec une adaptation de ces dernières en fonction des particularismes géographiques. Une remarque est faite sur une prise en compte des besoins en termes d'infrastructures (pistes cyclables...) ainsi que sur la nécessité de prendre en compte les besoins en terme de sécurité et l'adaptation à la topographie. Des produits touristiques communaux et intercommunaux devront être créés sur l'ensemble du territoire. Les éco-gares, par leur principe de pôle intermodal, devront aussi prendre en compte la mer et les mangroves.
- ✓ Faire reconnaître par les Technologies de l'Information et de la Communication, l'histoire, la culture et l'identité de l'Espace Sud (Itinéraire culturel Mer & Terre par les voies bleues et vertes Odyssea).
- ✓ Définition, gestion et d'équipements communautaires structurants de mobilité comme les pistes cyclables, les chemins de randonnée, d'accès au sites, plages, mangroves, ports et mouillages organisées ...



SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Mettre en éco-tourisme les voies vertes et bleues et en itinérance thématique la destination « Sud Martinique »

Fiches Actions :

☐ *Valorisation économique et culturelle des sites des 4 escales et de l'itinéraire Mer & Terre*

- ✓ *Plan de médiation et innovations numériques, économie de la connaissance, réseau des acteurs et des entreprises concernées par l'itinérance douce et organisée dans le respect de l'environnement et des cultures (spécificités locales.*
- ✓ Structurer l'itinéraire et les balades autour des Symboles Identitaires. A titre d'exemple : la route des puits, volcans et des fortifications reliant les communes des Trois Ilets, Les Anses d'Arlet, Diamant et Rivière-Salée.
- ✓ Valorisation de l'artisanat local dans l'offre touristique de l'Espace Sud. Une demande est faite d'adapter le projet.
- ✓ travailler sur les événements existants afin de leur donner un rayonnement plus international, et donc favoriser la venue de clientèles touristiques sur l'Espace Sud par des temps forts permettant d'augmenter la consommation sur ce territoire. Des manifestations d'intérêt économique à haute valeur ajoutée comme par exemple le Carnaval du Sud.
- ✓ Mise en écotourisme des mangroves comme une spécificité avec la nécessité de trouver des solutions pour résoudre les problèmes d'accessibilité et de mise en tourisme.
- ✓ Aménagement de la seconde tranche du site du Val d'Or en lien avec les rhumerie en terme de thématique commune.



SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Organisation d'un tourisme durable visionnaire

Qualité des services, de l'accueil et de l'attractivité du territoire

Mise en réseau des offices de tourisme

La loi NOTRe crée une nouvelle compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » qui devient une compétence à part entière des EPCI, à compter du 1er janvier 2017. L'Art L133-3 code du tourisme définit l'Office de tourisme : Il s'agit donc de l'ensemble des missions obligatoires des Offices de tourisme (accueil, information, promotion, coordination des socio professionnels) et éventuellement, à titre optionnel, les fonctions complémentaires animation, gestion d'équipements et commercialisation.

La CAESM va travailler à court terme à principalement 3 enjeux :

- Etat des lieux de l'organisation actuelle, définition du périmètre de la compétence et proposition de scénarii d'organisation.
- Définition des conditions du transfert de compétence.
- Accompagnement de la nouvelle organisation de mise en réseau, de spécialisation, de mise en œuvre de la politique touristique du modèle Odyssea, de gestion portuaire et nautique commune et des activités touristiques.



Offices de
Tourisme
de France



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Mettre réseau les Offices du Tourisme et points d'information touristique dans la logique de la Loi NOTRe

Optimisation de l'organisation commune, 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 disposition permanente du public une connexion gratuite à internet sans fil	Offrir une information actualisée et personnalisée	Actualisation base de données Tourinfrance – CMT GEODYSSEA 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'informations à gérer et analyse de l'évolution

3 - LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION

Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Accentuer la notoriété de la destination Sud Martinique 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'action annuel de promotion et de communication S'engager dans des actions de captation de marché en partenariat avec le CMT 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

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Mettre réseau les Offices du Tourisme et points d'information touristique dans la logique de la Loi NOTRe

Optimisation de l'organisation commune, 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 Martinique, qualité Sud Martinique 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 Sud Martinique	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 STRUCTURASION DE L'OFFRE ET SPÉCIALISATION TOURISME BLEU BY ODYSSEA

Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Développer la politique de spécialisation de la destination Sud Martinique			

6 - 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

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Mettre réseau les Offices du Tourisme et points d'information touristique dans la logique de la Loi NOTRe

Optimisation de l'organisation commune, d'un plan numérique d'accueil et d'un plan de communication innovant.

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 faire	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 CMT, compagnie, hébergeurs...	Enregistrement des demandes de la clientèle – Analyse des retours des questionnaires et analyse des suggestions clients Fréquentation des visites guidées

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 Régional	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'action 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 entrepreneuriales : Recherche d'autofinancement :	Optimisation des 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	Tenue de tableaux de bords des recettes. Rapport annuel d'activité

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

STRUCTURER L'OFFRE DE TOURISME BLEU EN INTERVENANT SUR LES 8 PILIERS

- ❑ Le développement de la croisière à haute contribution par la mise en place d'offres et de services innovants, dans un objectif de développement économique du territoire. La possibilité de créer des pôles d'accueil touristiques dédiés aux croisiéristes en lien avec les Eco-gares Odyssea Protect.
- ❑ Mise en synergie des ports de plaisance en matière d'information nautique (nombre de places disponibles, réservation directe), la réhabilitation et la création de places sur l'Espace Sud, l'amélioration des offres et des services aux plaisanciers.
- ❑ Structurer les offres touristiques nautiques par le Cluster Tourisme Bleu By Odyssea, par la mise en place de conventions avec les acteurs locaux, dans le cadre de la marque de destination et la création de produits touristiques hautement qualitatifs.
- ❑ De développer l'accessibilité à la mer des locaux, par le développement des activités nautiques.
- ❑ Étude d'un plan d'équipements portuaires et aquatiques permettant le développement des activités avec des spécialisations par commune littorale comme aux Trois Ilets, Les Anses d'Arlets, Le Diamant, Sainte Luce, Sainte Anne, Vauclin Rivière Salée, au Marin et à Rivière-Pilote.
- ❑ Aménagement des zones portuaires avec la mise en œuvre d'une certification « Ports Propres » pour les ports de plaisance et la mise en place des Comptoirs d'Information maritime dans les capitaineries.



Offices de
Tourisme
de France



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE

VOIR FICHE PROJET EN LIGNE

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques 2016 - 2017

STRUCTURER L'OFFRE « RHUM PATRIMOINE »

- ❑ Développement d'un itinéraire, structuration des étapes et la médiation numérique du concept « les Rhums Patrimoine ».

Au delà du rhum, c'est la gastronomie martiniquaise qui sera prise en compte avec la création de « Boutiques de terroir » dans des pôles touristiques à forte fréquentation. Un travail avec la restauration sera aussi engagé.



VOIR FICHE PROJET EN LIGNE



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

SUD MARTINIQUE DANS LE MODÈLE ODYSSEA DE VALORISATION DES ACTIVITÉS NATURE ET DÉCOUVERTES



Escale Nature & Découvertes

Randonnées, sites et paysages remarquables...

DÉCOUVREZ



Connectez vous sur la carte du système d'information numérique géographique des projets et points d'intérêts touristiques (POI) de la destination sud Martinique

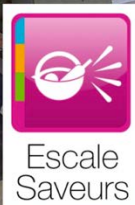
The screenshot shows the mobile application interface for 'Ecotour Jardin Créole'. At the top, there is a logo for 'ODYSSEA' and a navigation bar with the title 'Ecotour Jardin Créole'. Below the title, there is a section for 'Loisirs nature' and 'Le Marin, Martinique'. The main content area is divided into sections: 'DESCRIPTION', 'CONTACT', and 'CARTE'. The 'DESCRIPTION' section contains text about the 'Jardin familial créole' and its location in the 'quartier PEROU'. The 'CONTACT' section lists phone numbers: 'Tel.: +596 5 96 62 34 42' and 'Port.: +596 6 96 40 72 97'. The 'CARTE' section shows a satellite map with a red location pin and coordinates: 'Latitude: 14.502579 - Longitude: -60.665524'. At the bottom, there is a section for 'ESCALES & ITINÉRAIRE' and 'VOTRE SÉLECTION D'ESCALES'.

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

STRUCTURER L'OFFRE « PÊCHE ET PESCATOURISME »

- ❑ Le développement de la pêche en matière de circuit court et de tourisme, par la mise en place d'action structurante forte, dans un objectif de croissance économique pour plus d'emplois et une meilleure reconnaissance de ce patrimoine local.



PÊCHEUR
Les Anses d'Arlet



VOIR FICHE PROJET EN LIGNE



SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Mise en place d'un plan de formation et d'insertion professionnelle.

- Plan de formation dans un objectif d'amélioration de l'accueil et notamment des croisiéristes et plaisanciers.

PLAN DE FORMATION ACCUEIL TOURISTIQUE

Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Plan de formation à l'accueil technique 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

VOIR FICHE PROJET EN LIGNE



SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

Les opérations exemplaires et stratégiques

Bâtir ensemble la Grande Caraïbe dans le cadre de la coopération européenne et internationale.

Le programme PO Caraïbes a pour objectif de renforcer la compétitivité économique du bassin, de répondre aux problématiques communes environnementales et sanitaires et de promouvoir le capital culturel de la région.

Il se décline en six priorités stratégiques :

1. Renforcer la compétitivité des entreprises du bassin des Caraïbes
2. Renforcer la capacité de réponse aux risques naturels par la mise en place de systèmes communs de gestion des risques
3. Protéger l'environnement culturel et naturel, notamment en développant conjointement un tourisme durable dans la Caraïbe
4. Répondre aux problématiques communes de santé
5. Soutenir le développement des énergies renouvelables avec les pays de l'OECO
6. Renforcer le capital humain par la mobilité étudiante et professionnelle ainsi que par le renforcement des capacités linguistiques

La coopération territoriale européenne, un des piliers de la politique de cohésion de l'UE, est une des priorités de l'Union. Elle est mise en œuvre à travers le programme INTERREG Caraïbe « Bâtir ensemble la Grande Caraïbe ». Elle vise en grande partie à atténuer l'effet frontière existant entre les territoires, pour leur permettre de répondre ensemble à leurs défis communs, qu'ils soient territoriaux, globaux, économiques ou sociétaux. ».

Le programme INTERREG Caraïbe, qui nécessite d'avoir au moins un partenaire caribéen (non européen) permet à la Martinique de coopérer à la fois avec les autres régions et collectivités françaises de la zone, avec tous les pays et territoires insulaires de la Caraïbe, ainsi qu'avec certains territoires continentaux, voire avec le Canada, les USA et le reste de l'Amérique Latine.



VOIR FICHE PROJET EN LIGNE



LA STRATÉGIE CAESM

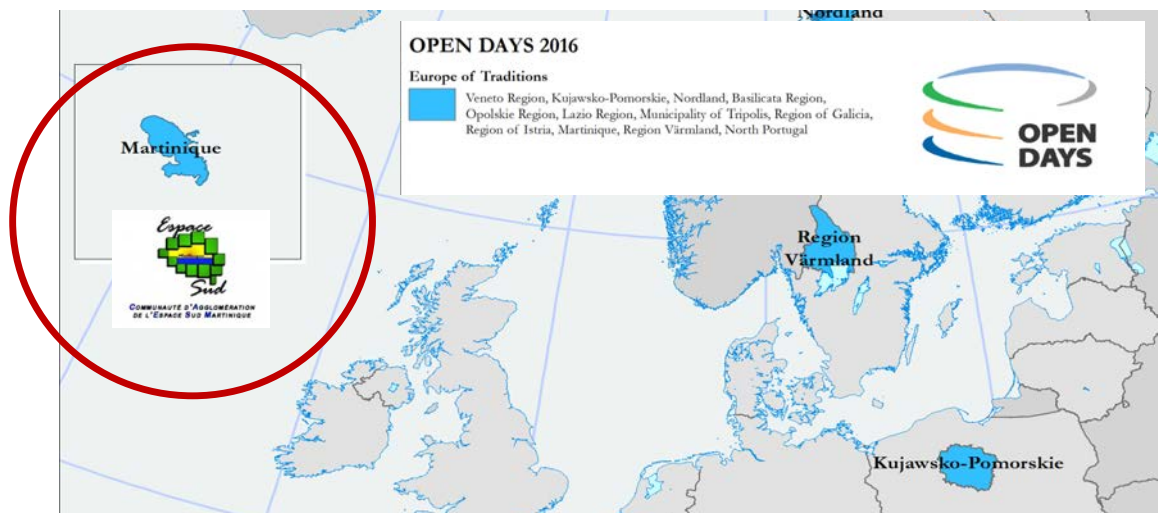
Mener une spécialisation intelligente à l'échelle des Caraïbes

« Les défis d'une spécialisation intelligente Sud Martinique dans le modèle Odyssea de Croissance & Tourisme Bleu »

La CAESM présente des opérations stratégiques de spécialisation intelligente et son ambition est de préfigurer la Croissance et Tourisme Bleu 2020 dans les Caraïbes ».

Dans un environnement géographique proche, c'est de plus en plus à l'échelle interrégionale des Caraïbes que les opportunités de développement durable sont identifiées et exploitées. Que ce soit dans le secteur privé ou au sein des organisations régionales de la Caraïbe, un nombre croissant de politiques et de programmes régionaux facilite de plus en plus l'ouverture des marchés, le développement de meilleures pratiques, les économies d'échelle, etc.

En mobilisant les ressources financières et techniques de plus en plus importantes pour les collaborations à l'échelle interrégionale, l'Espace Sud Martinique, la CTM et leurs partenaires, ont l'opportunité de participer à la conception de projets européens interrégionaux et présenter **leurs opérations de spécialisation intelligente 2020**.



Favoriser l'ouverture à l'international

La Martinique se caractérise par un positionnement économique dual avec d'une part une **faible ouverture à l'international** et d'autre part un **manque d'intégration avec les marchés régionaux voisins** (Caraïbe, Amérique centrale, Floride, Plateau des Guyanes, Brésil). Fragile mais néanmoins dynamique, l'économie martiniquaise aurait fort à gagner en s'adaptant au marché régional pour tenter de capter des niches de marché à l'exportation. Il s'agira donc d'**accompagner les entreprises locales dans leurs démarches d'accès aux marchés régionaux** en favorisant notamment la mutualisation de moyens humains et matériels.

LA STRATÉGIE CAESM

Engager une coopération à forte valeur ajoutée du bassin maritime de la Caraïbe

Enjeux identifiés pour la période 2014-2020

De manière générale, la coopération régionale constitue l'un des outils à performer pour relever le défi du repositionnement de la Martinique dans son environnement régional et dans le monde.

L'espace Caraïbe constitue la zone potentielle de coopération la plus évidente de la Martinique. Cet espace est formé de 38 pays et territoires de plus de 5,2 millions de km² et près de 250 millions d'habitants, soit environ 4 % de la population mondiale.

Cette performance suppose des préalables indispensables :

- Concrétiser la représentation de la Martinique et de la CAESM au sein du réseau diplomatique français et au sein du réseau régional.
- Réduire le déficit d'accessibilité et de liaisons (maritime, aéroportuaire, TIC...)
- Participer à la refonte de la gouvernance de la coopération régionale en :
 - renforçant le rôle des collectivités locales,
 - coordonnant l'action des différents acteurs de la coopération intervenant dans la zone géographique,
 - développant et systématisant les commissions mixtes transfrontalières.

Atouts d'une coopération spécialisée Croissance Bleue

- Vaste marché de proximité.
- Similitudes en termes de position insulaire, de tourisme bleu, de conditions climatiques, de risques...
- Convergences historiques, culturelles, sociales et de croissance bleue.
- Un Programme Opérationnel dédié : Interreg Caraïbe.
- Le travail en commun pour une gestion intégrée et durable du bassin maritime autour de la croissance bleue.

Opportunités

- Financements attractifs.
- Soutiens officiels des ministères, de la CTM, du GEC Odyssea.
- Développement économique, social, sanitaire, éducatif, environnemental (notamment la biodiversité) de Sud Martinique dans son bassin de vie.
- Valorisation des compétences et savoir-faire régionaux.
- Promotion et sauvegarde de l'identité culturelle.
- Contribution de la CAESM au rayonnement de l'Union Européenne et de la France dans la grande Caraïbe

LA STRATÉGIE CAESM

Les défis communs : « Odyssea croissance & tourisme bleu Caraïbes »

Sud Martinique le projet structurant de coopération

Les **partenaires engagés avec la CAESM** visent le développement d'un nouveau modèle de tourisme durable et innovant de « Destination d'Excellence Bleue ».

Un objectif qui propose aux partenaires de s'engager dans des opérations exemplaires :

- de promotion et de structuration de la navigation « plaisance et croisière », avec un concept innovant de port et mouillage exemplaire du XXIème siècle ;
- Un nouveau concept de « Salon du Tourisme Bleu le SMILE Caraïbe » en faveur des destinations et entreprises ;
- un réceptif adapté dans les villes-ports « Patrimoine Phare des Caraïbes » qui vise à connecter (maritime, aérien et terrestre) les territoires maritimes et côtiers aux espaces ruraux ;
- de promotion des entreprises le long d'itinéraires culturels Mer : « plaisance et croisière » et Terre : escales Culture, Nature, Gastronomie... dans une logique de multi-destination de tourisme durable dans les Caraïbes .

Ces opérations doivent attester de la capacité des partenaires à développer des offres plus tendances, plus accessibles, plus éco-compatibles, plus solidaires et plus attractives, en lien avec les acteurs, universités et organismes locaux et territoriaux (office de tourisme, capitainerie, entreprises...) ;

Les projets seront plus en phase avec l'attente des clientèles et des populations locales, avec un meilleur accès à la mer, aux sports de nature des voies bleues et vertes, et pratiques nautiques, à l'exemple d'investissement dans des flottes collectives, l'ouverture à la pratique au plus grand nombre, quelles que soient ses conditions, la promotion de nouvelles balades nautiques touristiques et culturelles ou le soutien aux offres innovantes de formation comme le coaching plaisance*.



* *Coaching plaisance une offre de service pour permettre aux clientèles de naviguer avec l'assistance d'un personnel spécialement formé, ouvrant ainsi au plus grand nombre les joies de la pratique plaisance sans être propriétaire ou dans l'obligation de louer un bateau.*

SUD MARTINIQUE LES PROJETS STRUCTURANTS

LES FICHES PROJETS STRATÉGIQUES

1-escale-nautique_le-tourisme-bleu-by-Odyseea/

- [Fiche_1_1_Reseau_Professionnels_Nautiques_Prestataires_Loisirs_Nautiques_Tourisme_Bleu_by_Odyseea_12102016.docx](#)
- [Fiche_1_2_Complexe_aquatique_Riviere_Salee_29092016.docx](#)
- [Fiche_2_1_Definition_mise_en_oeuvre_schema_gestion_des_eaux_baignades_12102016.docx](#)
- [Fiche_2_2_Contrat_Littoral_10102016.docx](#)
- [Fiche_4_1_Le_SMILE_12102016.docx](#)
- [Fiche_4_2_Mini_Transat_12102016.docx](#)
- [Fiche_6_1_Schema_directeur_Zones_Mouillages_Organises_12102016.docx](#)
- [Fiche_6_2_Gerer_mouillage_Anse_Arlet_12_10_2016.doc](#)
- [Fiche_7_3_La_Route_des_Saveurs_Paysages_Savoirfaire_Maritime_Martinique_12102016.docx](#)
- [Fiche_8_1_Balades_&_Itineraires_Destination_Sud_Martinique_12102016.docx](#)

les-thematiques-touristiques-complementaires-a-la-specialisation-Sud-Martinique/

- [Fiche_1_1_Rhums_Patrimoine_rhums_qui_parlent_ecotourisme_culturel_gastronomique_destination_Sud_Martinique_12102016.docx](#)
- [Fiche_2_1_Valorisation_symboles_identitaires_12102016.docx](#)
- [Fiche_2_2_Realisation_plan_marketing_itinerance_touristique_culturelle_destination_Sud_Martinique_12102016.docx](#)
- [Fiche_2_4_Demarche_Obtention_Label_Odyseea_Protect_12102016.docx](#)
- [Fiche_2_5_Balades_&_Itineraires_Destination_Sud_Martinique_VD.docx](#)
- [Fiche_3_1_Ecomobilite_ecotourisme_les_ecogares_OdyseeaProtect_12102016.docx](#)
- [Fiche_4_1_Valorisation_Marque_Destination_Sud_Martinique_12102016.docx](#)
- [Fiche_4_2_Mise_en_Resau_et_Equipements_Offices_Tourisme_et_Syndicats_Initiative_01102016.docx](#)

La CAESM a créé un espace numérique de travail afin de permettre aux administrations d'avoir accès et télécharger toutes les fiches projets du territoire



http://www.odyssea.eu/ftp/espacesud/mission1_definition_et_redaction_du_projet/mission1-1_identification_des_projets_a_mettre_en_oeuvre/fiches-actions

- Pour consulter une fiche, vous devez la télécharger
1. Copiez le lien et collé-le sur votre navigateur web
 2. Mettez le curseur de votre souris sur la fiche
 3. Cliquez droit
 4. Sélectionnez « Enregistrer le lien sous »
 5. Choisissez votre dossier d'enregistrement



LA SPÉCIALISATION DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE : L'ESCALE NAUTIQUE/ LE TOURISME BLEU BY ODYSSEA ET SES 8 GRANDS PÔLES

PÔLE N°1 : LES ACTIVITÉS NAUTIQUES

Fiche 1.1. Faire de la destination Sud Martinique le stade de la pratique des activités et des loisirs nautiques de la Caraïbe

Fiche 1.2. Le complexe aquatique de Rivière-Salée

PÔLE N°2 : ACTIVITÉS ET ATTRACTIVITÉ DES PLAGES

Fiche 2.1. Coordination et mise en œuvre de la gestion active des eaux de baignade

Fiche 2.2. Contrat Littoral

PÔLE N°3 : ESCALES SAVEURS, AGRITOURISME MER

Fiche 3.1. Aménagement d'un complexe port de pêche – pôle de grande plaisance au Marin

Fiche 3.2. Création d'un « réseau de cases à pêche » pour diversifier les points de vente des pêcheurs

PÔLE N°4 : EVÈNEMENTS NAUTIQUES

Fiche 4.1. Salon des Métiers de l'Industrie des Loisirs Nautiques et de l'Environnement - SMILE

Fiche 4.2. Accueil de la Mini-Transat pour les éditions 2017-2019

Fiche 4.3. Organiser et mettre en œuvre la semaine de la pêche et de l'aquaculture

PÔLE N°5 : PORT & CROISIÈRES

Fiche 5.1. Développer un accueil croisière qualitatif

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche 6.1. Mise en œuvre du schéma directeur des Zones de Mouillages Organisés

Fiche 6.2. Gérer le mouillage des Anses d'Arlet et permettre l'optimisation de son exploitation

Fiche 6.3. Aménagement de 5 zones de mouillages organisés sur le plan d'eau de la ville du Marin

Fiche 6.4. Remise à niveau et création d'un plan de balisage sur le plan d'eau du Marin

Fiche 6.5. Aménagement et gestion du Domaine Public Maritime pour le plan d'eau du Marin

Fiche 6.6. Opération expérimentale de traitement et de résorption des Bateaux de Plaisance Hors d'Usage

Fiche 6.7. Faire des capitaineries, des Comptoirs Culturels Maritimes d'accueil zéro défaut pour une mise en réseau favorable au développement de la plaisance sur la destination Sud Martinique

PÔLE N°7 : PATRIMOINE MARITIME

Fiche 7.1. Création d'un écomusée sur l'histoire de la pêche, ses savoirs et savoir-faire, sa gastronomie, son rôle environnementale

Fiche 7.2. Favoriser l'activité de la pêche autour de l'activité tourisme (pescatourisme)

Fiche 7.3. Création de l'itinéraire Culturel Odyssea de la destination Sud Martinique : la « Route des Saveurs, des Paysages et des Savoir-faire Maritimes »

PÔLE N°8 : ITINÉRAIRES ET BALADES MARITIMES

Fiche 8.1. Mise en tourisme de la destination Sud Martinique par la création de balades et les itinéraires écotouristiques bleus au départ des ports de plaisance et des zones de mouillages organisés (cette fiche sera regroupée en une seule fiche avec la partie balades et itinéraires verts – fiche 2.5. « thématiques complémentaires »)

PÔLE N°1 : LES ACTIVITÉS NAUTIQUES

Fiche n°1.1

TITRE

Faire de la destination Sud Martinique le stade de la pratique des activités et des loisirs nautiques de la Caraïbe : création et animation du premier réseau des professionnels nautiques et prestataires d'offres de loisirs et d'activités nautiques du Tourisme Bleu by Odyssea en France/ Europe, plan marketing de leurs offres nautiques, touristiques et écotouristiques dans le cadre du label « Destination Bleue » by Odyssea

SYNTHÈSE

Les principales activités de loisirs nautiques recensées sur la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique sont : la plaisance, la pêche récréative, la plongée sous-marine et l'ensemble des activités de glisse (surf, ski nautique, canoë-kayak, kite-surf, body-board, jet-ski...). Pour devenir la destination de la pratique des activités et des loisirs nautiques sur la Caraïbe, la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique doit structurer cette filière afin de mener des actions coordonnées. Pour cela, la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique souhaite créer le premier 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 Caraïbe et sur les zones de marchés européens et nord-américains comme le stade nautique écotouristique du bassin caribéen par les modèles et les labels Odyssea Destination bleue et Odyssea Protect. Ce premier 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.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Développer une économie touristique/ écotouristique dite « durable et compétitive » car fondée sur une assistance et un développement des structures privées par des partenariats public-privé, de nouveaux services et offres produits d'excellence dans un objectif de montée en gamme et d'allongement de la saison touristique.
- Développer 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 sur les activités nautiques respectueuse de l'environnement.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination nautique d'excellence de la Caraïbe par la création d'offres, de services et de produits touristiques/ écotouristiques innovant et zéro défaut.
- Développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, écotouristes, sports nautiques...).
- Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés.
- Structurer l'offre touristique par une mise en réseau des prestataires de loisirs et d'activités nautiques.
- Permettre un meilleur positionnement de la destination Sud Martinique sur le tourisme nautique.
- Donner une plus grande visibilité pour l'ensemble des opérateurs sur le territoire.
- Faciliter l'accessibilité des activités nautiques à de nouveaux publics amoureux de ses activités, de la mer, de l'écotourisme...
- Développer la commercialisation de nouvelles offres écotouristiques.
- Augmenter le chiffre d'affaire des entreprises.
- Créer des emplois spécialisés et non délocalisables.
- Pérenniser les entreprises par une augmentation de leur chiffre d'affaire.

PÔLE N°1 : LES ACTIVITÉS NAUTIQUES

Fiche n°1.2

TITRE

Le complexe aquatique de Rivière-Salée

SYNTHÈSE

Complexe aquatique de Rivière Salée

Cet équipement futur est considéré comme vecteur de l'identification communautaire et porte l'ambition d'être source d'économie d'échelle par les communes de l'espace sud.

L'équipement doit répondre aux critères suivants :

- Un équipement accessible à tous dont les scolaires et bien pensé (modulable et flexible) pour l'accueil de compétitions toutes disciplines confondu s'élève (nage, natation synchronisée...).
- Un lieu de convivialité permettant de dynamiser le Sud de l'île.
- Un équipement permettant de promouvoir l'aqua-santé et donc de proposer des solutions pour la pratique de l'aquagym, et de l'hydrothérapie légère...De plus, l'Espace Sud souhaite disposer de propositions de services périphériques (cafétéria, parcours sportif, espace remise en forme, hammam...) qui pourraient être proposés dans le centre dont la finalité est la recherche de sources d'équilibre financier pour un équipement déficitaire par nature.

L'équipement se compose de :

- Un bassin de 25 m avec 8 lignes
- Un bassin d'apprentissage 15m
- Un bassin à vocation ludique
- Un bassin à vocation santé
- Une pataugeoire
- Une cafétéria
- Un espace wellness/fitness
- 4910 m² de surfaces couvertes ;
- 672 m² de surfaces abritées ;
- 16.070 m² de surfaces extérieures, parvis, cour de service, abords et parkings

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Assurer plus d'attractivité à la destination.
- Réaliser des investissements productifs au service de l'économie
- Créer des emplois.

PÔLE N°2 : ACTIVITÉS ET ATTRACTIVITÉ DES PLAGES

Fiche n°2.1

TITRE

Coordination et mise en œuvre de la gestion active des eaux de baignade

SYNTHÈSE

67 % des touristes viennent en Martinique pour la beauté des plages. (source Comité Martiniquais du tourisme). Ainsi, le développement de la filière touristique dépend en grande partie de l'éco labellisation du territoire. Le territoire sud Martinique est doté de plus d'une trentaine de plages. Ainsi, afin de proposer une offre de qualité, l'Espace Sud et l'ensemble des communes ont choisi de mettre en œuvre une gestion active des eaux de baignade. La mise en œuvre d'une gestion active sur une zone de baignade signifie que le maire met tout en œuvre pour protéger les baigneurs. Le rôle de l'Espace Sud sera d'accompagner les communes dans la démarche de gestion active et de mettre tout en œuvre pour garantir le système de gestion des eaux de baignade des communes par le label démarche qualité eau de baignade.

Les actions qui seront à la charge de l'Espace Sud sont, dans le cadre de la gestion active :

- Mettre en place des réunions de concertation avec les communes et les acteurs associés;
- Mettre en place un visuel commun d'identification de la qualité de l'eau: Implantation de drapeaux sur les plages;
- Mettre en place une base de données de la gestion active pour les besoins scientifiques;
- Mettre en place un marché pluriannuel d'analyses rapides de la qualité des eaux de baignade;
- Mettre en place une communication régulière sur les outils de la gestion active : les drapeaux, les cahiers de doléances à destination du public et baigneurs;
- Inciter à la mise en place de forums d'informations et de sensibilisations;
- Collaborer à la mise en place d'un outil de communication sur la qualité des eaux de baignade.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Assurer une bonne maîtrise de la qualité des eaux de baignade.
- Monter en gamme dans l'offre touristique par la garantie d'une offre de qualité.
- Augmenter l'attractivité des plages.
- Préserver les habitats écologiques et protéger la biodiversité.
- Favoriser l'implantation d'entreprises pour plus de service par des partenariats public-privé.
- Créer des nouveaux emplois de service pour une montée en gamme de la destination.
- Augmenter le chiffre d'affaire des entreprises déjà présentes sur les plages.
- Renforcer l'image d'Escale de Rêve pour la Destination Sud Martinique.

PÔLE N°2 : ACTIVITÉS ET ATTRACTIVITÉ DES PLAGES

Fiche n°2.2

TITRE

Contrat Littoral

SYNTHÈSE

Le Contrat Littoral est un programme d'actions élaboré sur 5 ans qui permet d'assurer une gestion intégrée des zones côtières. Des actions d'aménagement, de restauration écologique, de protection et de communication contribuent ainsi, à la reconquête du potentiel écologique des masses d'eau et des milieux associés.

Plus précisément, ce projet répond à l'ambition affichée dans les différents documents d'orientations locaux, notamment le SDAGE (schéma d'aménagement et de gestion des eaux); le SAR/SMVM (Schéma aménagement régional/schéma de mise en valeur de la mer) ; et le SCOT (schéma de cohérence territoriale), pour un développement durable sur le territoire de l'Espace Sud.

Avec 53 % du linéaire côtier de la Martinique, l'Espace Sud est un territoire tourné vers la mer et les activités nautiques. Par ailleurs, de nombreuses pressions environnementales menacent et fragilisent les écosystèmes aquatiques. Il convient donc de définir et de mettre en œuvre une politique ambitieuse en matière de préservation et de valorisation du Littoral ; et de l'articuler avec les orientations programmées en matière de développement écotouristique.

Sur le territoire de l'Espace Sud on peut observer :

- Des dégradations de la qualité des eaux (mer, rivière, mangrove);
- Des dégradations des mangroves et des biocénoses marines;
- L'eutrophisation des eaux côtières;
- L'érosion côtière (ex : sur les plages des Salines, d'Anse Meunier et d'Anse Figuier...);
- Une surexploitation des sols engendrant un lessivage et donc des problèmes d'hyper sédimentation du milieu marin (ex : la Baie du Marin);
- Ou encore une pollution des sols due à l'utilisation intensives de produit dangereux (phytosanitaires, ...).

Au regard de ces constats, la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique (CAESM) accompagnée de ses partenaires élaborent une démarche nommée CONTRAT LITTORAL, qui vise à mettre en place une gestion collective et équilibrée du patrimoine commun que constituent l'eau et ses milieux associés.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Protéger et restaurer milieux aquatiques et marins.
- Protéger et restaurer la bande littorale.
- Valoriser les paysages littoraux, des milieux aquatiques et marins.
- Transmettre le savoir et les usages du patrimoine naturel de l'Espace Sud.
- Développer une nouvelle économie.
- Créer des emplois spécialisés à forte valeur ajoutée.

PÔLE N°3 : ESCALES SAVEURS, AGRITOURISME MER

Fiche n°3.1

TITRE

Aménagement d'un complexe port de pêche – pôle de grande plaisance au Marin

SYNTHÈSE

La commune du Marin envisage d'aménager un complexe port de pêche pôle de grande plaisance sur le site du port de pêche départemental situé sur le littoral de son centre bourg, au fond du cul de sac.

Ce projet vise d'une part, à prolonger la vocation maritime et touristique du territoire communal, le Marin étant équipé du plus grand port de plaisance de la caraïbe sud avec 750 anneaux et 100 bouées qui reçoit en moyenne annuelle 52 000 plaisanciers et 220 escale de Yachts et méga yachts, et d'autre part, à favoriser l'aménagement mais également le développement touristique et économique de la Martinique.

Il a vocation à s'inscrire dans les équipements structurants déjà réalisés par la municipalité afin d'assurer un développement harmonieux du territoire communal et martiniquais.

Ce projet consiste à réaliser la construction de deux grands équipements structurants :

1. d'une part, un ponton d'accueil de méga yachts incluant un centre d'accueil, des restaurants, des bars, des services annexes (tels notamment des services postaux et de locations automobile et immobilière) ;
2. Un pôle de valorisation de la pêche locale artisanale martiniquaise comprenant notamment l'agrandissement des installations de pêche existantes, un hall-marché pour la vente du poisson, de la restauration dédiée et des équipements annexes.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Structurer par des aménagements et une organisation adaptée l'accueil de yachts et méga yachts.
- Capter une clientèle haut de gamme à fort pouvoir d'achat.
- Diversifier l'offre clientèle de la destination Sud Martinique.
- Faire de la Martinique une destination nautique européenne d'excellence pour la Grande Plaisance.
- Permettre la création d'emplois durables par la formation d'une main d'œuvre qualifiée.
- Valoriser la pêche locale et les produits locaux.
- Développer la commercialisation de nouvelles offres de services caractéristiques à cette clientèle.
- Augmenter le chiffre d'affaires des entreprises.
- Créer des emplois spécialisés et non délocalisables de service caractéristiques à cette clientèle.
- Pérenniser les entreprises par une augmentation de leur chiffre d'affaire.

PÔLE N°3 : ESCALES SAVEURS, AGRITOURISME MER

Fiche n°3.2

TITRE

Création d'un « réseau de cases à pêche » pour diversifier les points de vente des pêcheurs

SYNTHÈSE

Dans le cadre du colloque de la Pêche et de l'Aquaculture, différentes problématiques relatives à la commercialisation de la production de la pêche ont été soulevées :

- Besoin de structuration et développement de la commercialisation.
- Manque à gagner dû à une désorganisation de la vente directe.
- Quasi inexistence des circuits de commercialisation.
- Besoin de mettre en place des logiques de stratégies commerciales. Forte concurrence des produits d'importation.
- Méconnaissance des normes d'hygiène et de sécurité.

L'activité de la pêche est encore fortement présente sur le territoire de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique. Le problème évidemment est le manque de professionnalisme en matière de vente et de transformation des poissons. La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique souhaite mettre en place des actions concrètes en matière de commercialisation pour moderniser ce secteur d'activité qui permettrait de créer de nouveaux emplois liés à plus de déboucher.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Structurer et développer les réseaux de commercialisation et distribution des produits de la filière.
- Augmenter la part du marché des professionnels.
- Sensibiliser les professionnels aux bonnes pratiques et obligations réglementaires.
- Créer de nouveaux métiers par la mise en place de nouvelles offres en matière de produits frais, transformés (darnes, filets) et élaborés (produits cuisinés, produits fumés, rillettes,..).
- Créer un nouveau segment économique par la vente de produits transformés et élaborés (plats cuisinés).
- Augmenter les revenus des pêcheurs.
- Augmenter le chiffre d'affaire des entreprises.
- Pérenniser les entreprises.
- Renforcer l'attractivité de la filière pêche pour les jeunes martiniquais.
- Développer des points de vente « case à pêche » innovants et attractifs par une mise en tourisme et en animation (cours de cuisine) pour le développement d'emplois spécialisés non délocalisables.
- Faire de la pêche un élément clé du tourisme en Martinique.

PÔLE N°4 : EVÈNEMENTS NAUTIQUES

Fiche n°4.1

TITRE

Salon des Métiers de l'Industrie des Loisirs nautiques et de l'Environnement - SMILE

SYNTHÈSE

Le S.M.I.L.E (Salon des Métiers, de l'Industrie, des Loisirs nautiques et de l'Environnement) est consacré à l'exposition et la vente en direct de bateaux et d'engins (scooters des mers, canots pneumatiques...), au séminaire autour du nautisme, au forum des métiers du nautisme, aux activités nautiques, à la brocante. Le salon est ouvert aux exposants, martiniquais, caribéens, professionnels, particuliers, amateurs de brocante, passionnés de voile, marins au long cours, navigateurs confirmés ou amateurs, marins pêcheurs, amoureux de la mer, visiteurs... Le front de mer se transforme en village d'exposition par une mise en animation des différents sites.

- Mise en espace du front de mer pour y installer une grande exposition vente,
- Un espace où seront entreposés des bateaux à sec et à flot,
- Un espace pour discuter des différents métiers ayant un lien avec la mer
- Un espace où l'on pourra profiter des loisirs nautiques
- Un espace où l'on pourra vendre, acheter, trouver l'objet rare, fouiner, échanger, comparer, argumenter....
- Animer autant à terre qu'en mer

La Communauté d'Agglomération Espace Sud Martinique a décidé, avec la ville du Marin, l'appui du GEC Odyssea, de la FFPP et celui de la Collectivité Territoriale de Martinique, le MAEDI, d'organiser lors du Salon nautique le SMILE, des tables rondes sur la formalisation du projet européen de coopération territoriale Interreg Caraïbes, en présence des Régions et des pays partenaires (Guyane, Guadeloupe, Mexique, Cuba, Sainte Lucie...). C'est la suite logique des accords Odyssea Croissance Bleue signés le 21 avril au Marin avec le soutien des deux ministres, de la FFPP et qui concrétisent des moyens pour s'investir sur un vaste marché de proximité, avec des similitudes en termes de position insulaire, de conditions climatiques, de risques, de convergences économiques, historiques, culturelles, sociales. Les thèmes des tables rondes qui vont valider le projet de coopération visent à inscrire les territoires des caraïbes dans une logique de « Smart Spécialisation et d'innovation ».

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique auprès des amoureux de la plaisance et du Nautisme
- Soutenir le dynamisme de l'activité nautique.
- Faire découvrir les métiers du nautisme et de la plaisance dans un objectif de créer chez les jeunes des vocations pour des emplois spécialisés et non délocalisable.
- Favoriser le développement des filières du nautisme.
- Créer une zone de chalandise.
- Diversifier l'offre nautique et sensibiliser aux loisirs nautiques.
- Valoriser les prestataires touristiques et les professionnels nautiques.
- Faire sur la destination Sud Martinique un grand salon du nautisme et des loisirs nautiques sur la plus grande base nautique de la Caraïbe au service de l'attractivité de la destination Martinique.
- Affirmer la destination Sud Martinique comme le stade nautique écotouristique de la Martinique et du bassin Caraibéen.
- Profiter du SMILE pour réunir les autres îles de Caraïbe afin de travailler de façon commune à des projets touristiques, économiques, nautiques et environnementaux...

PÔLE N°4 : EVÈNEMENTS NAUTIQUES

Fiche n°4.2

TITRE

Accueil de la Mini-Transat pour les éditions 2017-2019

SYNTHÈSE

Tous les quatre ans, la classe mini, association de régatiers navigant en mini 6.50, lance un appel à projet pour l'organisation des deux courses transatlantiques à venir. C'est dans ce cadre, que la Ville du Marin a fait acte de candidature pour être retenue en qualité de ville d'arrivée pour les éditions 2017, 2019. La croissance bleue doit être un des axes fort du développement économique de la Martinique. Il convient également de prendre en compte les attentes exprimées par les pays de la Grande Caraïbe et du golf du Mexique. Ces pays affichent une volonté de développer le tourisme nautique et de loisirs.

Cette volonté devrait se traduire par une demande importante en matière d'acquisition de navires pour couvrir les besoins et de compétences techniques.

Le territoire de l'Espace Sud, doté d'équipements portuaires performants, s'affiche comme une vitrine des savoirs faire en la matière. La communauté d'agglomération de La Rochelle, possède le premier port de plaisance de France et le plus gros chantier naval européen (Fontaine Pajot).

Il convient de travailler à la mise en place de partenariats et de synergie économiques.

Il s'agit également à travers la participation à cette course, de capitaliser l'image et la notoriété de cette transatlantique pour en faire un support de promotion et de valorisation de la Martinique en tant que destination nautique et touristique d'excellence.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique après des amoureux de la plaisance.
- Capitaliser sur les images positive d'une mini-transat.
- Développer une économie autour de la mini-transat.
- Augmenter les retombées économiques pour les professionnels nautiques.
- Augmenter les retombées économiques sur le territoire pour les prestataires touristiques.
- Favoriser le développement des filières du nautisme.
- Créer une zone de chalandise.
- Diversifier l'offre nautique.
- Sensibiliser aux loisirs nautiques.
- Développer la formation et de professionnalisation des filières du nautisme afin de renforcer les compétences locales.

PÔLE N°4 : EVÈNEMENTS NAUTIQUES

Fiche n°4.3

TITRE

Organiser et mettre en œuvre la semaine de la pêche et de l'aquaculture

SYNTHÈSE

La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud a fait du secteur de la pêche et l'aquaculture un secteur de première importance en termes économique, social et environnemental. Elle a déjà réalisé 3 éditions de cet évènement la Semaine de la Pêche et de l'Aquaculture (2011, 2013 et 2015).

L'édition 2015, a apporté une touche innovante avec le volet International par la venue d'institutions de la Caraïbe, d'Amérique centrale, des RUP et d'Europe.

Les éditions suivantes seront dans la continuité des éditions précédentes. Il accueillera des intervenants de la Caraïbe (Sainte-Lucie, Cuba, Barbade, Monserrat, Guadeloupe...), d'Amérique latine (Mexique, Chili...), des RUP (Grandes Canaries) et d'Europe (France).

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Apporter des réponses pertinentes aux problématiques de la pêche.
- Redynamiser la filière fortement ébranlée par de nombreuses crises (économique, financière, environnementale ...).
- Valoriser les professionnels.
- Rassembler les institutionnels venus apporter leur connaissance et expertise.
- Permettre une nouvelle donne économique en proposant de nouvelles opportunités.
- Valoriser les produits de la pêche dans la restauration.
- Présenter les métiers de la pêche et de l'aquaculture aux jeunes martiniquais.
- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique.
- Valoriser la gastronomie et les recettes locales.
- Créer un réseau d'animations, d'offres et de services touristiques autour de la pêche et l'aquaculture.

PÔLE N°5 : PORT & CROISIÈRES

Fiche n°5.1

TITRE

Développer un accueil croisière qualitatif

SYNTHÈSE

Le tourisme de croisière poursuit sa croissance, avec une fréquentation en hausse de 71,3 % en 2014 par rapport à 2013. En 2014, 59 706 passagers ont commencé et terminé leur croisière en Martinique, avec un nombre total de 237 492 croisiéristes. Cette croissance du nombre de touristes de croisière est notamment le fruit des efforts effectués conjointement par le Comité Martiniquais du Tourisme depuis 2010 avec les institutions et les professionnels martiniquais pour améliorer l'accueil des croisiéristes. Aujourd'hui, la diversité de la gamme des produits commercialisés par les armements rend potentiellement accessibles les escales de paquebots à tous les ports, à condition de répondre aux attentes des armateurs. La communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique souhaite mettre en place un accueil de qualité en proposant des offres et des services touristiques innovants : la route des saveurs de la Martinique, la route des sites mémoriels, la visite de rhumiers, la découverte de la pêche et de ses techniques, la possibilité de louer des véhicules électriques pour visiter le territoire, des dégustations des produits du terroir, des cours de cuisine, des cours de danse...

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Développer la croisière.
- Augmenter le nombre d'escale des croisiéristes sur la destination.
- Favoriser les retombées économique de la croisière sur la destination Sud Martinique.
- Faire reconnaître la culture et la patrimoine de la destination Sud Martinique.
- Faire consommer les croisiéristes sur des produits à forte valeur ajoutée.
- Permettre une nouvelle donne économique en proposant de nouvelles opportunités.
- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique.
- Créer une filière professionnelle.
- Créer des emplois spécialisés à forte valeur ajoutée.
- Créer de nouveaux secteurs économiques autour du service à la personne pour les croisiéristes.
- Favoriser l'insertion professionnels des femmes et des jeunes martiniquais dans des métiers de service aux croisiéristes (accompagnement, guide touristique...).
- Faire de la destination Sud Martinique une escale incontournable de la croisière en Caraïbe par des offres et des services hautement qualitatifs.

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche n°6.1

TITRE

Mise en œuvre du schéma directeur des Zones de Mouillages Organisés

SYNTHÈSE

L'Article 28 de la loi n°86 – 2 du 3 janvier 1986 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur du littoral donne le cadre juridique des mouillages organisés.

L'Espace Sud a réalisé la Zone de mouillage pilote de la Commune de Les Anses d'Arlet afin de lutter contre le mouillage forain, protéger les écosystèmes marins et permettre la création d'une dynamique économique autour de ces infrastructures.

Il s'agit d'autre part de proposer un modèle duplicable aux autres communes eu égard les expériences réussies et expertise capitalisée.

- Volet 1 : Mise en place du plan de balisage de Les Anses d'Arlet
- Volet 2 : Audit de la zone de mouillage des Anses d'Arlet et définition d'un schéma directeur des zones de mouillages organisés
- Volet 3: Application du modèle sur les 4 autres communes (Sainte-Anne, Trois-îlets, Marin, Sainte-Luce, Diamant) et mise en place de Plan de Balisage pour une gestion optimisée des ZMO

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Définir les orientations stratégiques, touristiques et juridiques autour du mouillage organisé.
- Développer les retombées économiques pour les professionnels nautiques.
- Développer l'économie sur le territoire pour les prestataires touristiques.
- Renforcer l'image de la destination Sud Martinique comme une escale incontournable du bassin Caraïben.

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche n°6.2

TITRE

Gérer le mouillage des Anses d'Arlet et permettre l'optimisation de son exploitation

SYNTHÈSE

L'Article 28 de la loi n°86 – 2 du 3 janvier 1986 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur du littoral donne le cadre juridique des mouillages organisés.

L'Espace Sud a réalisé la Zone de mouillage de la Commune de Les Anses d'Arlet. L'objectif de la mise en œuvre du mouillage organisé écologique afin de lutter contre le mouillage sauvage, contrôler l'amarrage, préserver les fonds marins fragilisés et induire le développement économique.

Site pilote, la Zone de mouillage de Les Anses d'Arlet est constituée de 2 sites : Grande Anse et le Bourg.

Cette zone propose aujourd'hui, 162 dispositifs d'amarrage.

Elle prévoit l'accueil des navires de plaisance, des professionnels de la pêche et du nautisme en fonction de leur taille et de leur poids. Le dimensionnement des dispositifs d'amarrage se décline selon les tailles des navires. Trois types de fixation ont été effectués : à « vis » (Ecologiques, ils permettent la préservation des herbiers et récifs coralliens), sur « corps morts » quand les sols (platier rocheux) ne permettent pas la pose de vis, par scellement chimique en résine écologique spécifique, lorsque la pose de vis est impossible et que la densité de la flore est importante donc à protéger.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Apporter des améliorations réglementaires.
- Organiser les bases des contrôles maritimes.
- Trouver une solution à la problématique de corrosion prématurée du mouillage.
- Organiser la perception de redevances contre la mise à disposition des dispositifs à titre onéreux (contrat, paiement et réservation en ligne ...).
- Préparer la mise en œuvre de la SPL.
- Permettre une nouvelle donne économique en proposant de nouvelles opportunités.
- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique.
- Créer une filière professionnelle d'offres et de services aux plaisanciers (petit-déjeuner, repas sur la bateau...).
- Péréniser les professionnels nautiques sur la zone.
- Augmenter le nombre des plaisanciers sur le mouillage.
- Augmenter le chiffre d'affaire du gestionnaire.
- Créer des emplois spécialisés à forte valeur ajoutée.
- Développer le chiffre d'affaire des prestataires touristiques de la zone.
- Favoriser l'insertion professionnels des femmes et des jeunes martiniquais dans des métiers de service aux plaisanciers (accompagnement, guide touristique...).
- Renforcer l'image de la destination Sud Martinique comme une escale incontournable de la plaisance en Caraïbe par des offres et des services hautement qualitatifs.

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche n°6.3

TITRE

Aménagement de 5 zones de mouillages organisés sur le plan d'eau de la ville du Marin

SYNTHÈSE

Afin de développer davantage l'activité de plaisance et élargir l'offre de services vers celui de la Grande Plaisance, la Commune du Marin a entrepris des travaux d'extension de son port de plaisance portant sa capacité d'accueil à 750 anneaux et une centaine de bouées. Le port du Marin enregistre ainsi annuellement 200 escales de yachts et méga yachts et plus de 4000 escales de navires de plaisance. De même la Commune a initié des travaux de modernisation et de mise aux normes environnementales européennes de son centre de carénage lui permet d'accueillir depuis 1^{er} janvier 2016, des navires de 440T maxi.

L'aménagement de ces Zones de Mouillages organisés passera par :

- Le balisage des zones de mouillage;
- La fourniture de dispositifs de mouillages.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Arrêter les mouillages sauvages.
- Protéger l'environnement (récupération des eaux grises, traitements des déchets...) pr la mise en place d'une police de l'environnement.
- Sécuriser la navigation.
- Apporter des améliorations réglementaires.
- Organiser les bases des contrôles maritimes.
- Permettre une nouvelle donne économique en proposant de nouvelles opportunités.
- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique.
- Créer une filière professionnelle d'offres et de services aux plaisanciers (petit-déjeuner, repas sur la bateau...).
- Péreniser les professionnels nautiques sur la zone.
- Augmenter le nombre des plaisanciers sur le mouillage.
- Augmenter le chiffre d'affaire du gestionnaire.
- Créer des emplois spécialisés à forte valeur ajoutée.
- Développer le chiffre d'affaire des prestataires touristiques de la zone.
- Favoriser l'insertion professionnels des femmes et des jeunes martiniquais dans des métiers de service aux plaisanciers (accompagnement, guide touristique...).
- Renforcer l'image de la destination Sud Martinique comme une escale incontournable de la plaisance en Caraïbe par des offres et des services hautement qualitatifs.

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche n°6.4

TITRE

Remise à niveau et création d'un plan de balisage sur le plan d'eau du Marin

SYNTHÈSE

Une forte croissance des mouillages sauvages en dehors du périmètre concédé, une absence de contrôles de police sur ces mouillages, la non perception des redevances sur ces mouillages, la sécurisation de la circulation dans la baie et dans les chenaux, les conflits d'usage et la gestion des cohabitations, la gestion de la baie sur le plan environnemental. Par la prise en compte de ces problématiques, la Ville a fait valoir, la nécessité d'étendre son périmètre portuaire. Dans la perspective de clarification des usages de la baie du Marin, des études ont permis de déterminer les différentes actions à mettre en œuvre pour parvenir à une organisation précise, justifiée et adaptée du plan d'eau. La mise en travaux de ces actions devra permettre d'aboutir à un modèle de gestion pilote et expérimental du plan d'eau dans la Baie du Marin.

L'organisation du plan d'eau doit passer en tout premier lieu par une amélioration des conditions d'accès aux différents sites portuaires : port de plaisance, centre de carénage, port de pêche et doit donc s'accompagner d'une mise à niveau du balisage.

Afin de développer davantage l'activité de plaisance et élargir l'offre de services vers celui de la Grande Plaisance, la Commune du Marin a entrepris des travaux d'extension de son port de plaisance portant sa capacité d'accueil à 750 anneaux et une centaine de bouées. Le port du Marin enregistre ainsi annuellement 200 escales de yachts et méga yachts et plus de 4000 escales de navires de plaisance.

De même la Commune a initié des travaux de modernisation et de mise aux normes environnementales européennes de son centre de carénage lui permet d'accueillir depuis 1^{er} janvier 2016, des navires de 440T maxi.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Améliorer les conditions d'accès aux différents sites portuaires : port de plaisance, centre de carénage, port de pêche et doit donc s'accompagner d'une mise à niveau du balisage.
- Développer l'activité plaisance.
- Créer des emplois à forte valeur ajoutée.
- Sécuriser la circulation nautique dans la baie.
- Améliorer la gestion des cohabitations des différentes activités nautiques sur le plan d'eau.
- Permettre une nouvelle donne économique en proposant de nouvelles opportunités.
- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique.
- Créer une filière professionnelle d'offres et de services aux plaisanciers (petit-déjeuner, repas sur la bateau...).
- Péréniser les professionnels nautiques sur la zone.
- Augmenter le nombre des plaisanciers sur la zone.
- Augmenter le chiffre d'affaire du gestionnaire.
- Créer des emplois spécialisés à forte valeur ajoutée.
- Développer le chiffre d'affaire des prestataires touristiques de la zone.
- Favoriser l'insertion professionnels des femmes et des jeunes martiniquais dans des métiers de service aux plaisanciers (accompagnement, guide touristique...).
- Renforcer l'image de la destination Sud Martinique comme une escale incontournable de la plaisance en Caraïbe par des offres et des services hautement qualitatifs.

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche n°6.5

TITRE

Aménagement et gestion du Domaine Public Maritime pour le plan d'eau du Marin

SYNTHÈSE

Par la prise en compte de ces problématiques, la Ville a fait valoir, la nécessité d'étendre son périmètre portuaire. Afin de permettre à la Commune de renforcer l'attractivité nautique, économique et touristique de la zone portuaire, l'Etat par voie de convention lui a transféré la gestion d'une partie de son DPM d'une superficie de 95 ha en zone immergée.

Dans la perspective de clarification des usages de la baie du Marin, des études ont été confiées au BET CREOCEAN et ont permis de déterminer les différentes actions à mettre en œuvre pour parvenir à une organisation précise, justifiée et adaptée du plan d'eau. La mise en travaux de ces actions devra permettre d'aboutir à un modèle de gestion pilote et expérimental du plan d'eau dans la Baie du Marin.

Cette action vise à assurer la gestion et l'exploitation de l'ensemble des activités portuaires par la création d'une nouvelle structure de gouvernance adaptée.

Il s'agit à travers ce projet de procéder à la création de l'entité juridique « Port du Marin » et la mise en place de son administration portuaire et d'une police sur l'eau.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Créer l'entité juridique « Port du Marin » et la mise en place de son administration portuaire et d'une police sur l'eau.
- Administrer le Domaine Public Portuaire.
- Créer une police sur l'eau.
- Protéger l'environnement.
- Garantir l'accès au public du littoral.
- Assurer la conservation du littoral.
- Gérer les activités balnéaires sur les plages.
- Favoriser l'accueil de cultures marines sur les espaces propices à ces activités.
- Surveiller l'implantation d'ouvrages portuaires ou de sécurité maritime.
- Préserver la qualité d'espace naturel.

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche n°6.6

TITRE

Opération expérimentale de traitement et de résorption des Bateaux de Plaisance Hors d'Usage

SYNTHÈSE

La problématique du traitement des Bateaux de Plaisance Hors d'Usage (BPHU) dans l'espace maritime relevant de la compétence de la Commune du Marin est pleinement intégrée au projet pilote et expérimental d'aménagement et de gestion du plan d'eau dans la Baie du Marin. En effet, la ville a pu constater ces dernières années une nette prolifération de bateaux abandonnés par leurs propriétaires, du fait de leur fin de vie ou suite à un échouage. Partiellement ou complètement immergés, ces BPHU ou épaves constituent un réel danger pour la navigation et portent une atteinte sérieuse à la préservation de l'environnement.

La Commune souhaite évaluer la pérennité de la création d'une filière exemplaire de gestion de ces BPHU. Cette filière devra assurer la collecte, l'enlèvement et le traitement, en phase expérimentale, d'un certain nombre d'épaves déjà recensées dans la baie du Marin.

L'opération s'articule de la manière suivante :

- Une phase de diagnostic (Analyse du site dédié au stockage et au démantèlement des épaves ; définition du budget définitif de l'opération ; définition des modes de déconstruction et de gestion des déchets).
- La mise en œuvre d'un Atelier Chantier d'Insertion (ACI) ; le souhait de la collectivité étant de s'orienter vers une insertion globale mettant en exergue tant les métiers d'exécutants, de techniciens, que de cadres.
- La déconstruction des navires prévus pour cette expérimentation.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Réussir un projet économique et sociétal visant à pérenniser l'emploi via sa dimension pédagogique d'insertion.
- Création d'une filière professionnelle.
- Création d'emplois spécialisés à forte valeur ajoutée.
- Création d'un nouveau secteur économique.
- Assurer la conservation du littoral.
- Protéger l'environnement.

PÔLE N°6 : PORT, MOUILLAGE & PLAISANCE

Fiche n°6.7

TITRE

Faire des capitaineries, des Comptoirs Culturels Maritimes d'accueil zéro défaut pour une mise en réseau favorable au développement de la plaisance sur la destination Sud Martinique

SYNTHÈSE

Pour une montée en gamme de la destination Sud Martinique, la Communauté d'Agglomération souhaite équiper ses capitaineries pour en faire des véritables pôles d'informations nautiques, touristiques et environnementales.

Dans ce cadre là, les capitaineries transformées en Comptoirs Culturels Maritimes se verront équipés d'outils multimédias de valorisation de la destination, de ses offres et de ses produits touristiques favorable à une mise en réseau des ports de plaisance et des zones de mouillages organisés.

Les demandes des plaisanciers en matière d'offres et de services, sont liées de façon générale à la nouvelle évolution touristique de ces dernières années dont les Technologies de l'Information et de la Communication sont le moteur. Par voie de fait, les capitaineries doivent se restructurer afin de proposer en termes d'accueil portuaire une offre d'excellence. Pour les organisations comme les entreprises touristiques, les enjeux d'une amélioration de l'accueil et de la satisfaction des clientèles sont multiples mais comportent tous des retombées positives en termes de performances et de compétitivité :

- L'enjeu de la satisfaction client;
- L'enjeu de la fidélisation;
- L'enjeu de l'image de la structure;
- L'enjeu d'amélioration du fonctionnement de l'entreprise et/ou de l'organisation.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Améliorer le taux de satisfaction de la clientèle pour renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique.
- Favoriser la circulation et la consommation des touristes sur la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique par l'écomobilité.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination nautique d'excellence de la Caraïbe par la création d'offres, de services et de produits touristiques/ écotouristiques innovant et zéro défaut.
- Etre plus compétitif et attractif par de nouveaux services et offres d'excellence (boscos).
- Engager des démarches de qualité touristique (label qualité des ports, afnor, qualité tourisme...).
- Développer des services d'accueil « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- Développer une politique commerciale d'attractivité dans les ports et les zones de mouillages organisés.
- Créer un accès à une véritable « plateforme de marché » dans un objectif de développer le nombre d'escale sur la destination Sud Martinique.
- Favoriser la mise en synergie des ports pour une meilleure information aux plaisanciers.
- Renforcer l'image de la destination Sud Martinique comme une escale incontournable de la plaisance en Caraïbe par des offres et des services hautement qualitatifs.

PÔLE N°7 : PATRIMOINE MARITIME

Fiche n°7.1

TITRE

Création d'un écomusée sur l'histoire de la pêche, ses savoirs et savoir-faire, sa gastronomie, son rôle environnementale.

SYNTHÈSE

En relation avec la création d'un « réseau de cases à pêche » afin de participer à la construction d'un projet territoriale cohérent autour de la filière, la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique envisage la création d'un écomusée présentant l'histoire de la pêche aux Antilles, les appareils de pêche d'hier et d'aujourd'hui. Le secteur de la pêche joue un rôle important dans l'économie de la Martinique. Il est la 2^{ème} source de valeur ajoutée du secteur primaire après la banane et avant la canne. Malgré son rôle d'amortisseur social, ses quelques 1 060 marins, 1206 navires, 3000 emplois directs et indirects générés, ce secteur jouit en Martinique, d'un déficit d'image. A l'instar de la filière banane et canne, ses produits ne bénéficient pas de communication pouvant l'inscrire dans le cadre promotionnel des produits locaux de Martinique et sa filière ne dispose pas non plus de musée dédié. Cet écomusée pourrait permettre d'une part de porter une information, construire une image et favoriser la transmission d'une mémoire collective. Aussi, il est proposé la construction sur le territoire Sud, du premier Ecomusée de la pêche et de la Mer. Les marins-pêcheurs pourront y être invités afin de présenter leur métier, des pratiques tendant à disparaître (ramandage de filet, fabrication de casier en bois de ti baume, pescatourisme, transmission orale par conque de lambi...).

La vente de livres sur la pêche aux Antilles et artisanat en lien avec la mer (coquillage), épices, livres de recettes pourraient s'y tenir. Un espace ateliers culinaires. Dans les parties cuisine et dédiées à la transformation des produits, les ateliers culinaires pourraient se dérouler. Les touristes pourraient y apprendre des plats typiques à base de poisson et fruits de mer (ex. court-bouillon de poisson, colombo de crevettes, ...). Un aquarium à vocation pédagogique (information certaines espèces /scolaires...).

Ces animations à entrées payantes seraient programmées et développées en collaboration avec des partenaires spécialisés (Offices de tourisme, Comité Martiniquais du Tourisme, tours operators) et renforceraient la gamme de prestations et produits offerts.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique.
- Développer l'économie de la pêche par la création d'un écomusée et d'une boutique des terroirs.
- Augmenter les revenus des pêcheurs.
- Pérenniser les entreprises de la pêche.
- Valoriser la marque Sud Martinique par la vente de produits du terroir.
- Mettre en réseau les restaurants autour de cet écomusée dans un objectif d'augmentation de leur chiffre d'affaire.
- Valoriser l'histoire gastronomique de la destination Sud Martinique.
- Apporter de nouveaux débouchés pour les jeunes et les femmes de la Martinique.
- Renforcer l'attractivité de la filière pêche pour les jeunes martiniquais.
- Favoriser la formation et l'insertion professionnelle par le développement d'emplois spécialisés non délocalisables.
- Créer de nouveaux métiers liés aux techniques de construction et de réparation des bateaux patrimoines de la pêche.
- Faire de la pêche un élément clé du tourisme en Martinique.

PÔLE N°7 : PATRIMOINE MARITIME

Fiche n°7.2

TITRE

Favoriser l'activité de la pêche autour de l'activité tourisme (pescatourisme)

SYNTHÈSE

« Les activités de pescatourisme sont les opérations de transport de passagers effectuées à bord d'un navire armé à la pêche dans le but de faire découvrir le métier de marin pêcheur et le milieu marin. Cette pratique est réglementée » (Source : Direction de la Mer – Ministère de l'écologie, en charge de la mer, du transport et du logement).

Il s'agit d'une activité intégrée à la pêche artisanale, qui donne la possibilité à des pêcheurs professionnels d'accueillir à bord de leur embarcation des personnes différentes de l'équipage, afin de leur faire découvrir de découvrir le monde de la mer et de la pêche.

La valeur ajoutée du pescatourisme est :

- Economique – Apport d'un complément de revenu au pêcheur
- Sociale – Montrer les difficultés du métier de marin pêcheur et le valoriser - (déficit d'image)
- Culturelle – sauvegarder un patrimoine ancestral lié aux pratiques, utilisation d'appareils spécifiques aux Antilles, traditions, histoire, légendes, vocabulaire spécifique, connaissances des espèces et des sites...
- Environnementale – Placer le pêcheur directement au cœur des enjeux de la préservation de la ressource halieutique et en tant qu'acteur dans la protection des écosystèmes.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Apporter un complément de revenu au pêcheur.
- Pérenniser les entreprises par une augmentation du chiffre d'affaire des entreprises.
- Créer de nouveaux débouchés commerciaux pour les pêcheurs.
- Permettre un complément de revenu.
- Redynamiser la filière fortement ébranlée par de nombreuses crises.
- Sauvegarder un patrimoine ancestral lié.
- Permettre une nouvelle donne économique en proposant de nouvelles opportunités.
- Valoriser les produits de la pêche.
- Présenter les métiers de la pêche et de l'aquaculture aux jeunes martiniquais.
- Apporter de nouveaux débouchés pour les jeunes et les femmes de la Martinique en matière de tourisme (cours de cuisine).
- Renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique.
- Valoriser la gastronomie et les recettes locales.
- Préserver la ressource halieutique et en tant qu'acteur dans la protection des écosystèmes.
- Faire de la pêche un élément clé du tourisme en Martinique.

PÔLE N°7 : PATRIMOINE MARITIME

Fiche n°7.3

TITRE

Création de l'itinéraire Culturel Odyssea de la destination Sud Martinique : la « Route des Saveurs, des Paysages et des Savoir-faire Maritimes »

SYNTHÈSE

« Les routes Odyssea, sont des grands thèmes d'itinéraires culturels autour des Villes-côtières patrimoines, carrefours des Arts, des Cultures et des Mémoires ». Les itinéraires culturels du label Odyssea comme le sera la « Route des Saveurs, des Paysages et des Savoir-faire Maritimes » visent à assurer la valorisation économique et culturelle des routes maritimes et fluviales autour des villes-côtières patrimoines (ports ou mouillages). La CAESM par sa « Route des Saveurs, Paysages et Savoir-faire Maritime de la Martinique » a décidé de valoriser au travers des itinéraires culturels du label Odyssea : l'histoire de la destination Sud Martinique, sa gastronomie, ses plus beaux paysages de mer et de terre, ses savoir-faire. La « Route des Saveurs, des Paysages et des Savoir-faire Maritimes » sera un nouveau produit d'attractivité touristique innovant pour la destination Sud Martinique, dont l'un des axes de travail sera la création de produits touristiques développés en partenariat avec les offices de tourisme, les capitaineries, les opérateurs touristiques publics et privés. Ils concerneront des offres destinées à des publics variés, y compris les publics scolaires. La richesse du thème et sa mise en œuvre dans une logique de coopération territoriale facilite les échanges culturels et éducatifs pour les acteurs locaux et les jeunes, et répond ainsi aux réflexions et préoccupations du Conseil de l'Europe dans ces domaines. Cette « Route des Saveurs, des Paysages et des Savoir-faire Maritimes » prendra aussi comme base de travail la mobilité douce et l'écotourisme pour plus d'éthique dans un objectif de sensibilisation à l'environnement en coopération avec le Parc Naturel Régional de la Martinique en lien avec le Passeport Vert et le label Odyssea Protect® pour le tourisme durable.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Développer une économie touristique/ écotouristique dite « durable et compétitive » car fondée sur les richesses géographiques, culturelles, patrimoniales, environnementales et sur la reconnaissance des produits agricoles, des savoirs et savoir-faire locaux.
- Développer une économie touristique/ écotouristique respectueuse des populations locales et de l'environnement.
- Faire de la l'histoire locale, des paysages, et des savoir-faire maritime une force d'attractivité pour la destination Sud Martinique.
- S'inscrire dans le dialogue et la rencontre avec les autres cultures caribéennes.
- Faire d'un événementiel une force d'attractivité pour la destination Sud Martinique.
- 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.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination écotouristique d'excellence de la Caraïbe par un développement important de produits touristiques et de l'écomobilité (éco gare Odyssea Protect®).
- Accompagner les filières « terroir » afin de structurer une offre agritouristique sur le thème « gastronomie et art de vivre en Martinique ».
- Accompagner la filière de la pêche pour un développement économique de la filière grâce au pécaturisme.
- Développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, écotouristes, sports nautiques...).
- Développer le chiffre d'affaire des entreprises partenaires.
- Créer des emplois spécialisés et non délocalisables à forte valeur ajoutée.

PÔLE N°8 : ITINÉRAIRES ET BALADES MARITIMES

Fiche n°8.1

TITRE

Mise en tourisme de la destination Sud Martinique par la création de balades et les itinéraires écotouristiques bleus au départ des ports de plaisance et des zones de mouillages organisés

SYNTHÈSE

Le concept des balades et des itinéraires bleus au départ des ports de plaisance et des zones de mouillage organisé s'inscrit dans une stratégie innovante de découverte de la destination Sud Martinique dans un objectif de faire aimer cette destination en valorisant le patrimoine, la culture, les savoirs et savoir-faire, les paysages... de manière écotouristique, sans émission de CO2. Les balades et les itinéraires bleus autour des ports seront des sorties sur différents supports nautiques « doux » (zéro émission de CO2) et qui mettront en avant l'éco-découverte ludique, environnementale, patrimoniale, culturelle, gastronomique de la destination Sud Martinique par la mer et par la mangrove. La balade nautique concrétise une ouverture sur la mer, la mangrove. Une médiation numérique de guidage valorise le thème culturel et touristique de la balade permettant d'offrir aux pratiquants une véritable découverte ludique et interactive. Les balades et les itinéraires seront ouverts aux plaisanciers à l'année, aux plaisanciers en escale, mais aussi à tous les publics, même novices, des cités portuaires. Cette nouvelle organisation et ces aménagements favorisent l'itinérance douce et vont rendre les destinations engagées encore plus originales, attractives, propices aux balades nautiques et aux découvertes bleues. Les prestataires qui proposeront des balades et/ou des itinéraires bleus et qui répondront au cahier des charges définies par le label Odyssea Protect®, se verront remettre le label du même nom. Les balades et les itinéraires bleus autour des ports et des zones de mouillages organisés pourront se faire accompagner d'un prestataire (guide) ou seul mais guidé par des applications numériques de découverte du territoire (patrimoine, savoir, savoir-faire, paysage, gastronomie...).

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Développer une économie touristique/ écotouristique dite « durable et compétitive » car fondée sur des filières touristiques d'excellence reconnues d'avenir pour la Martinique.
- Développer 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...);
- Développer une économie touristique/ écotouristique et d'une croissance dite « inclusive » dans un objectif d'augmenter le taux de l'emploi en Martinique ainsi que leur qualité surtout pour les jeunes et les femmes dans un objectif d'élévation du niveau de vie de la destination Sud Martinique ;
- Développement d'une économie touristique/ écotouristique respectueuse des populations locales, de l'environnement et créatrices de nouveaux emplois spécialisés non délocalisables.
- Créer et commercialiser des produits, des offres et des services touristiques/ écotouristiques d'excellence nautique dans l'objectif de capter une clientèle à plus fort pouvoir d'achat.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination nautique d'excellence de la Caraïbe par la création d'offres, de services et de produits touristiques/ écotouristiques innovants et zéro défaut.
- Développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, écotouristes, sports nautiques...).
- Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés.
- Faire de la destination Sud Martinique la destination écotouristique de la zone Caraïbe pour les clientèles touristiques et les plaisanciers.

LES THÉMATIQUES D'EXCELLENCE TOURISTIQUE, OFFRES COMPLÉMENTAIRES À LA SPÉCIALISATION DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

AXE 1 : AGRITOURISME - PRODUITS DU TERROIR ET GASTRONOMIE

Fiche 1.1. Faire du premier ambassadeur de la Martinique dans le monde, un véritable produit touristique à forte valeur ajoutée économique, et culturel : les Rhums Patrimoine/ les Rhums qui parlent

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche 2.1. Valorisation des symboles identitaires

Fiche 2.2. Réalisation d'un plan marketing d'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre selon les grandes thématiques d'itinérance des filières d'excellence, les 5 thématiques d'escale Odyssea & les offres et les services de la destination Sud Martinique

Fiche 2.3. La route des puits des volcans et des fortifications

Fiche 2.4. Démarche d'obtention du label Odyssea Protect®

Fiche 2.5. Mise en tourisme de la destination Sud Martinique par la création de balades et les itinéraires écotouristiques verts au départ des ports de plaisance et des zones de mouillages organisés (*cette fiche sera regroupée en une seule fiche avec la partie balades et itinéraires bleus – fiche 8.1. « spécialisation touristique »*)

Fiche 2.6. Aménagement et gestion du parc ethnobotanique

Fiche 2.7. Aménagement du mobilier liturgique pour l'église Saint-Etienne du Marin

AXE 3 : MOBILITÉ DOUCE

Fiche 3.1. Définition et mise en œuvre d'un schéma directeur de l'écomobilité à l'échelle de l'Espace Sud sur les voies bleues et vertes autour des ports et des zones de mouillages organisés

AXE 4 : LA MARQUE SUD MARTINIQUE ET SA VALORISATION PAR UNE MISE EN RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME

Fiche 4.1. Mise en tourisme des prestataires touristiques dans le cadre de la valorisation de la marque « Sud Martinique » sur des offres et de services à forte valeur ajoutée

Fiche 4.2. Mise en réseau des offices de tourisme et des syndicats d'initiative dans le cadre d'une meilleure promotion, valorisation et commercialisation des offres et des services touristiques de la Destination Sud Martinique

AXE 5 : FORMATION ET INSERTION PROFESSIONNELLE

Fiche 5.1. Formation et insertion professionnelle

AXE 1 : AGRITOURISME - PRODUITS DU TERROIR ET GASTRONOMIE

Fiche n°1.1

TITRE

Faire du premier ambassadeur de la Martinique dans le monde, un véritable produit touristique à forte valeur ajoutée économique, et culturel : les Rhums Patrimoine/ les Rhums qui parlent

SYNTHÈSE

Comme le vin a fait sa révolution par le développement de l'oenotourisme, le rhum doit aussi la faire dans l'objectif d'être bien plus qu'une boisson alcoolisée mais un véritable patrimoine, issu d'une culture ancestrale et d'un savoir-faire unique au monde, puisque les seuls rhums ayant une AOC sont produits en Martinique.

La canne à sucre est un élément clé de l'image qu'ont les Français mais aussi les clientèles touristiques étrangères de la destination Martinique. Mais aujourd'hui, les rhumiers doivent encore plus participer à la valorisation touristique de la destination Sud Martinique. Le développement touristique de la destination Sud Martinique ne peut pas rester, en ce qui concerne le rhum, seulement sur la fabrication ou sur la dégustation.

Il doit prendre en compte tout le territoire sur lequel il est produit pour devenir un accélérateur de notoriété de cette destination. Les rhums, par leur vente dans le monde entier, doivent se mettre au service de la destination Martinique et plus précisément de la destination Sud Martinique, sur le territoire de laquelle trois entreprises produisent du rhum, chacune produisant du rhum AOC : la distillerie Clément, la distillerie Trois Rivières et la distillerie La Mauny. C'est en partant de ce postulat qu'est né le concept des « Rhums Patrimoine » auquel se sont ajoutées les Technologies de l'Information et de la Communication pour devenir les Rhums Patrimoine / Rhums qui parlent. L'innovation de ce concept s'inscrit dans le principe de faire du rhum un ambassadeur de la destination Sud Martinique par l'utilisation des nouvelles technologies. S'appuyant sur les patrimoines, les rhums d'appellation de la destination Sud Martinique et les Technologies de l'Information et de la Communication, l'action des « Rhums Patrimoine / Rhums qui parlent » donnent naissance à un nouveau marketing touristique où le rhum 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 un élément de l'identité marketing du territoire.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Renforcer l'image du rhum comme un produit culturel et patrimonial.
- Augmenter le nombre des visites dans les 3 distilleries.
- Augmenter le revenu des distilleries par une augmentation de la vente directe.
- Créer un réseau restauration autour du produit rhum.
- Permettre une montée en gamme de la destination par le développement d'un co-branding par la création de la marque Sud Martinique en complémentarité avec la marque « Martinique » et celles des distilleries.
- Développer des filières touristiques d'excellence reconnues d'avenir pour la Martinique autour du produit rhum.
- Mettre en place des nouveaux services et offres produits d'excellence touristique et gastronomique.
- 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 de la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique.
- Être plus compétitif et attractif par de nouveaux services et offres d'excellence gastronomique.
- Structurer la filière « terroir » autour d'une offre agritouristique sur le thème « gastronomie et art de vivre en Martinique » dont le rhum serait la porte d'entrée.
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés touristiques (écomusée, hébergements, restauration, visites organisées dans les 3 distilleries)

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche n°2.1

TITRE

Valorisation des symboles identitaires

SYNTHÈSE

Aujourd'hui le projet ATRACT Sud Martinique doit mettre en place la deuxième phase. Cette dernière consiste en une valorisation touristique et culturelle des 12 symboles identitaires dans un double objectif :

Faire découvrir aux clientèles touristiques l'histoire de la destination Sud Martinique

Faire de ces 12 symboles identitaires des portes d'entrées des 12 communes dans la découverte des offres et des services touristiques de ces dernières, selon les 5 thématiques d'escalas Odyssea (Nautique ; Culture et Patrimoine ; Nature et Découverte ; Saveurs et Gastronomie ; Sport, Loisirs, Bien-être).

La volonté de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique est de bénéficier de l'attractivité de ces 12 œuvres d'Art. Pour cela, elle souhaite réaliser 12 fac-similés de taille réduite et les installer sur des lieux stratégiques, des lieux de fréquentation et de passage touristique (place de village, port de plaisance, rue fréquentée...).

Chaque fac-similé sera accompagné d'un Land'Art (totem) qui expliquera l'œuvre et au travers cette dernière, l'histoire de la commune et de la destination Sud Martinique. Mise en réseau, et écrite conjointement, l'explication des 12 œuvres et de leur histoire permettra aux différentes clientèles touristiques de connaître l'ensemble de l'histoire de la destination Sud Martinique sous forme d'une itinérance culturelle et touristique. Pour mener à bien cette opération, la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique souhaite réaliser des outils de communication à destination des clientèles touristiques : Brochure print et application.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Mettre en œuvre 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...).
- Mettre en œuvre une structuration de l'offre touristique.
- Favoriser la circulation douce par des offres et des services touristiques.
- Créer de nouveaux métiers de guide touristique sur la destination Sud Martinique.
- Valoriser l'histoire et le patrimoine de la destination Sud Martinique.
- Favoriser une plus grande visibilité pour l'ensemble des opérateurs sur le territoire.
- Améliorer les services auprès des touristes : où s'arrêter, que voir, que faire, comment trouver, acheter des prestations et produits locaux...
- Guider le touriste dans sa découverte de la destination Sud Martinique sur des produits d'excellence.
- Mieux répartir les flux touristiques pour une meilleure répartition des richesses sur l'ensemble du territoire.
- Faire de chaque commune un pôle touristique pour plus de retombées économiques pour l'ensemble des prestataires touristiques de la destination Sud Martinique.

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche n°2.2

TITRE

Réalisation d'un plan marketing d'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre selon les grandes thématiques d'itinérance des filières d'excellence, les 5 thématiques d'escale Odyssea & les offres et les services de la destination Sud Martinique

SYNTHÈSE

La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique souhaite mettre en place pour la période 2017-2019, dans le cadre de ses nouvelles missions issues de la Loi NOTRe, son premier plan marketing de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre. Ce dernier permet à tout territoire touristique qui le met en œuvre de structurer ses prestataires touristiques, de mieux définir ses offres et ses services touristique, dans l'objectif de définir son image de destination. La montée en gamme de la destination sera l'objectif premier. L'objectif de ce plan marketing de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre est de structurer la destination Sud Martinique 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 (le rhum agricole AOC de Martinique, le chocolat, le café, les épices / la vanille, la canne à sucre, la banane et les fruits, la cuisine et la gastronomie locale, le patrimoine maritime...), les 5 thématiques d'escales Odyssea et les offres et les services proposés par les prestataires touristiques du territoire. Le marketing touristique de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre souhaité par la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique 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...

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Renforcer la valorisation et la reconnaissance des produits agricoles locaux pour une meilleure commercialisation.
- Renforcer la valorisation et la reconnaissance des savoirs et savoir-faire locaux.
- Favoriser la montée en gamme de la destination par le développement d'un co-branding par la création de la marque Sud Martinique en complémentarité avec la marque « Martinique » et celles des entreprises privées.
- Faire reconnaître la destination Sud Martinique sur des filières touristiques d'excellence reconnues d'avenir en termes de retombées économiques.
- Développer de nouveaux débouchés commerciaux.
- Créer 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.
- Favoriser des offres touristiques d'avenir respectueuses de l'environnement par des actions zéro émission de CO2 (écotourisme et écomobilité par le développement des Eco-gares Odyssea Protect®).
- Renforcer le positionnement touristique, agritouristique et pescatouristique de la destination Sud Martinique.
- Favoriser une plus grande visibilité pour l'ensemble des opérateurs sur le territoire.
- Faire consommer les touristiques sur des produits à forte valeur ajoutée.
- Permettre une nouvelle donne économique en proposant de nouvelles opportunités.
- Créer une filière professionnelle sur l'accompagnement des clientèles touristiques.
- Créer des emplois spécialisés à forte valeur ajoutée.
- Faire reconnaître la destination Sud Martinique comme une destination touristique zéro défaut.

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche n°2.3

TITRE

Mise en valeur des puits, des volcans et des fortifications comme support de création d'activités touristiques et économiques

SYNTHÈSE

Le territoire Sud constitue le pôle du tourisme martiniquais avec une offre centrée sur le balnéaire. Les attentes des visiteurs se diversifient et le Sud présente un fort potentiel pour la valorisation de son patrimoine (bâti, mobilier, immatériel et culturel) dans le cadre du développement d'un tourisme intégré.

La ville de Les Anses d'Arlet souhaite valoriser ses puits autour d'un itinéraire de découverte. En effet, la ville compte 30 puits dont 11 puits publics. En plus de ces puits, d'autres communes du littoral Sud Caraïbe souhaitent valoriser et protéger des traces de bâti anciens et des fortifications.

Il s'agira dans un premier temps de valoriser les puits du territoire de Les Anses d'Arlet en tant que ville pilote pour ensuite élargir l'initiative à l'ensemble des puits et traces de bâtis anciens de la zone Sud Caraïbe. Ces lieux pourront ainsi s'inscrire au sein d'une route touristique de dimension intercommunale pouvant combiner différents usages sur tout ou partie du parcours.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Protéger des espaces et espèces endémiques sensibles par la canalisation du public.
- Répondre au chômage dans le champ de l'Insertion par l'Activité Economique.
- Préserver la mémoire des anciens et des habitants de ces communes.
- Développer économiquement les prestataires touristiques pour une meilleure gestion des flux touristiques
- Créer, développer et mettre en marché un produit culturel écotouristique.
- Augmenter la fréquentation des prestataires touristiques présent sur la route.
- Augmenter le chiffre d'affaire des prestataires touristiques présent sur la route.
- Pérenniser les entreprises touristiques présentes sur la route par une augmentation du chiffre d'affaire.
- Créer des emplois de service à forte valeur ajoutée.

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche n°2.4

TITRE

Démarche d'obtention du label Odyssea Protect®

SYNTHÈSE

En complémentarité avec le Passeport Vert la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique souhaite être la première destination touristique de la Caraïbe à obtenir le label écotouristique Odyssea Protect®. Le label « Odyssea Protect® » est la mise en écotourisme d'une destination touristique dans un objectif de sensibilisation à l'environnement. 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. Aujourd'hui le constat est clair : deux mondes cohabitent mais sans stratégie de communication intégrée. L'objectif du label « Odyssea Protect® » est structurer les destinations touristiques par une autre gouvernance, un nouveau modèle intégré mieux adapté et qui assure la contrepartie environnementale dans toutes les offres des opérateurs touristiques, nautiques, et en complémentarité avec les sites des Parcs naturels régionaux, des associations écologiques... C'est la garantie de mieux toucher les publics qui n'est pas sensible à l'écotourisme dans sa recherches d'offres et d'activités touristiques. 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 ».

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Etre la première destination de la Caraïbe à obtenir le label Odyssea Protect®.
- 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 de la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique.
- Favoriser la circulation et la consommation des touristes sur la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique par l'écomobilité.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination nautique d'excellence de la Caraïbe par la création d'offres, de services et de produits touristiques/ écotouristiques innovant et zéro défaut.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination écotouristique d'excellence de la Caraïbe par un développement important de produits touristiques et de l'écomobilité (éco gare Odyssea Protect®).
- Etre plus compétitif et attractif par de nouveaux services et nouvelles offres d'excellence.
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés.
- Développer des produits touristiques/ écotouristiques ayant un rapport qualité/prix d'excellence.
- Augmenter le taux de l'emploi en Martinique ainsi que leur qualité surtout pour les jeunes et les femmes dans un objectif d'élévation du niveau de vie de la destination Sud Martinique ;
- Moderniser l'offre touristique de la destination sud Martinique fondée sur la formation pour plus de compétitivité.
- Créer une nouvelle filière touristique d'avenir : l'écotourisme.
- Créer de nouvelles entreprises spécialisées dans l'écotourisme.
- Pérenniser les entreprises touristiques qui s'engageront dans le label Odyssea Protect®.
- Devenir la destination écotouristique du bassin Caribéen reconnue auprès des clientèles ciblées.

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche n°2.5

TITRE

Mise en tourisme de la destination Sud Martinique par la création de balades et les itinéraires écotouristiques verts au départ des ports de plaisance et des zones de mouillages organisés

SYNTHÈSE

Le concept des balades et des itinéraires verts au départ des ports de plaisance et des zones de mouillage organisé s'inscrit dans une stratégie innovante de découverte de la destination Sud Martinique dans un objectif de faire aimer cette destination en valorisant le patrimoine, la culture, les savoirs et savoir-faire, les paysages... de manière écotouristique, sans émission de CO2. Les balades et les itinéraires verts autour des ports seront des sorties sur différents supports « doux » (zéro émission de CO2) et qui mettront en avant l'éco-découverte ludique, environnementale, patrimoniale, culturelle, gastronomique de la destination Sud Martinique par la terre. La balade concrétise une ouverture sur les richesses du territoire. Une médiation numérique de guidage valorise le thème culturel et touristique de la balade permettant d'offrir aux pratiquants une véritable découverte ludique et interactive. Les balades et les itinéraires seront ouverts à tous les publics, même novices, des cités portuaires. Cette nouvelle organisation et ces aménagements favorisent l'itinérance douce et vont rendre les destinations engagées encore plus originales, attractives, propices aux balades. Les prestataires qui proposeront des balades et/ou des itinéraires verts et qui répondront au cahier des charges définies par le label Odyssea Protect®, se verront remettre le label du même nom. Les balades et les itinéraires verts autour des ports et des zones de mouillages organisés pourront se faire accompagner d'un prestataire (guide) ou seul mais guidé par des applications numériques de découverte du territoire (patrimoine, savoir, savoir-faire, paysage, gastronomie...).

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Développer une économie touristique/ écotouristique dite « durable et compétitive » car fondée sur des filières touristiques d'excellence reconnues d'avenir pour la Martinique.
- Développer 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...).
- Développer une économie touristique/ écotouristique et d'une croissance dite « inclusive » dans un objectif d'augmenter le taux de l'emploi en Martinique ainsi que leur qualité surtout pour les jeunes et les femmes dans un objectif d'élévation du niveau de vie de la destination Sud Martinique.
- Développement d'une économie touristique/ écotouristique respectueuse des populations locales, de l'environnement et créatrices de nouveaux emplois spécialisés non délocalisables.
- Créer et commercialiser des produits, des offres et des services touristiques/ écotouristiques d'excellence nautique dans l'objectif de capter une clientèle à plus fort pouvoir d'achat.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination nautique d'excellence de la Caraïbe par la création d'offres, de services et de produits touristiques/ écotouristiques innovants et zéro défaut.
- Développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, écotouristes, sports nautiques...).
- Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés.
- Faire de la destination Sud Martinique la destination écotouristique de la zone Caraïbe pour les clientèles touristiques et les plaisanciers.

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche n°2.6

TITRE

Aménagement et gestion du parc ethnobotanique

SYNTHÈSE

La ville du Marin a initié la réalisation d'un parc ethnobotanique dont les enjeux s'inscrivent tant dans la conservation des espèces végétales et des écosystèmes remarquables que dans le développement de l'économie touristique. Sur un foncier municipal de 7ha, environ 500 espèces y sont déjà plantées. Les objectifs principaux mis en exergue sont les suivants :

Favoriser la recherche afin d'améliorer la connaissance des rapports entre l'homme et les végétations de la caraïbe et étudier le fonctionnement de l'écosystème végétal.

La mise en œuvre du projet s'effectue sur deux plans, celui de la gestion exploitation et celui de l'investissement.

La réalisation du programme d'investissement passera par la désignation d'une assistance à la maîtrise d'ouvrage et d'un maître d'œuvre. Le MOE sera chargé de réaliser le programme et le chiffrage des travaux en fonction des tranches déterminées. L'AMO aura pour principales missions, le pilotage de la maîtrise d'œuvre, le montage des dossiers de subvention, l'assistance au démarrage et à l'exploitation du PEB.

Sur le plan de la gestion, une AMO juridique et financière a été mandaté par la Ville du Marin afin de déterminer le mode de gestion le plus adapté à la structure du Parc.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Assurer la protection in situ et ex situ de la faune et de la flore locale.
- Promouvoir le développement durable en intégrant au projet les dimensions économiques, sociales, de protection et de mise en valeur de l'environnement
- Développer une économie touristique/ écotouristique dite « durable et compétitive » car fondée sur des filières touristiques d'excellence reconnues d'avenir pour la Martinique.
- Développer 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...).
- Développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, écotouristes, sports nautiques...).
- Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- Développer une économie touristique/ écotouristique et d'une croissance dite « inclusive » dans un objectif d'augmenter le taux de l'emploi en Martinique ainsi que leur qualité surtout pour les jeunes et les femmes dans un objectif d'élévation du niveau de vie de la destination Sud Martinique ;
- Développement d'une économie touristique/ écotouristique respectueuse des populations locales, de l'environnement et créatrices de nouveaux emplois spécialisés non délocalisables.

AXE 2 : LE TOURISME VERT LIÉ AUX ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX ET PATRIMONIAUX

Fiche n°2.7

TITRE

Aménagement du mobilier liturgique pour l'église Saint-Etienne du Marin

SYNTHÈSE

Suite aux dégâts causés à la fois par le passage du cyclone DEAN et la survenue du tremblement de terre en 2007, l'Eglise Saint-Etienne du Marin, pilier architectural du patrimoine de la commune, inscrite depuis 1987 à l'inventaire des monuments historiques a fait l'objet de travaux de rénovation pour lesquels une deuxième tranche est en cours d'achèvement. Décomposés en deux tranches, le programme des travaux concerne à la fois les réparations de toitures au niveau du chœur, du transept et de la nef de l'église mais également les travaux de réparation et d'aménagement intérieurs sur les façades, le sol, la peinture, l'électricité et la lustrerie.

Le coût total des travaux réalisés ou en cours de réalisation s'élève à plus de 2,7M€HT. Le lancement d'une procédure de commande publique artistique a pour objectif de porter en adéquation le mobilier liturgique avec l'architecture prestigieuse dont bénéficiera l'église au terme des travaux.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Valoriser le patrimoine religieux.
- Créer une offre touristique d'itinérance culturelle.
- Valoriser la culture locale.
- Augmenter le nombre de visite de l'église.

AXE 3 : ECOMOBILITÉ ET BIODIVERSITÉ

Fiche n°3.1

TITRE

Définition et mise en œuvre d'un schéma directeur de l'écomobilité à l'échelle de l'Espace Sud sur les voies bleues et vertes autour des ports et des zones de mouillages organisés

SYNTHÈSE

Les nouveaux enjeux environnementaux et de développement durable sont de nature à infléchir la forte tendance au « tout voiture ». Cette mobilité touristique reposant sur le « tout voiture » a des conséquences en termes de pollution sonore, visuelles et olfactives pour les habitants et les visiteurs qui sont pourtant à la recherche de calme, de nature, de sérénité et qui sont relativement prêts à se passer de la voiture. Dans ce contexte, l'écomobilité touristique et de loisirs est un aspect de la mobilité du territoire de l'Espace Sud qu'il convient de développer. Ce développement doit être pensé non pas comme un système de déplacement à part, avec ses propres intermodalités, mais bien en lien avec le potentiel du territoire et les besoins des habitants du Sud. L'opération Eco-gare Odyssea Protect® est issue de la phase d'expérimentation des programmes pilotes de coopération européenne 2007-2013, du projet stratégique de la FFPP, « Odyssea Croissance & Tourisme Bleu ». L'Eco-gare Odyssea Protect® propose un service global de nouvelle écomobilité Mer & Terre autour d'un parc zéro émission de CO₂ : bateaux électriques, 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, à connotation touristique et 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. L'écosystème d'éco-gare Odyssea Protect® propose des solutions innovantes et éco-compatibles pour l'aménagement des zones de mouillage organisé, ports de plaisance dans un objectif d'offrir aux plaisanciers, aux clientèles touristiques mais aussi à la population un parc « zéro émission de CO₂ ».

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Créer une nouvelle filière d'excellence écotouristique.
- Créer de nouvelles entreprises spécialisées dans l'écomobilité.
- Favoriser l'insertion professionnelle des jeunes dans ce nouveau secteur d'activité.
- Favoriser de nouveaux emplois à forte valeur ajoutée.
- Développer des partenariats publics-privés.
- Favoriser la circulation et la consommation des touristes sur la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique par l'écomobilité.
- 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 de la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination écotouristique d'excellence de la Caraïbe par un développement important de produits écotouristiques et de l'écomobilité (éco gare Odyssea Protect®).
- Être plus compétitif et attractif par de nouveaux services et nouvelles offres d'excellence.
- Moderniser l'offre touristique de la destination sud Martinique fondée sur la formation pour plus de compétitivité.

AXE 4 : LA MARQUE SUD MARTINIQUE ET SA VALORISATION PAR LES OFFICES DE TOURISME

Fiche n°4.1

TITRE

Mise en tourisme des prestataires touristiques dans le cadre de la valorisation de la marque « Sud Martinique » sur des offres et de services à forte valeur ajoutée pour une montée en gamme de la destination

SYNTHÈSE

Une marque pour engager les acteurs locaux sur des critères de qualité, de mise en réseau marketing dans un concept de co-branding. 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. L'objectif de la marque de destination Sud Martinique est de promouvoir sa destination en associant les entreprises et en travaillant de concert avec les communes, la Collectivité Territoriale de Martinique, le Comité Martiniquais du Tourisme...

La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique va décliner sa spécificité de destination pour renforcer son attractivité mais aussi celle de l'ensemble de la Martinique, par la mise en place de filières d'excellence et thématiques identitaires. La volonté de créer une marque de destination sur le territoire du sud de la Martinique est née d'un constat partagé unanimement : renforcer l'image de cette destination dans la Caraïbe. À travers la création d'une marque, la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique veut relever plusieurs défis : se faire connaître, se démarquer dans la concurrence entre les territoires de la Caraïbe, séduire les touristes et les entreprises, rassembler localement autour d'une même identité, être une porte ouverte de la « France tourisme », de la « France culture », de la « France gastronomie », de la « France nautique », de la « France accueil et qualité des services », de la « France Safest Destination in the Caribbean », ainsi que renforcer l'attractivité de l'ensemble de la Martinique.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Renforcer la notoriété et l'image du sud de la Martinique, 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 privés dans une démarche d'appropriation, puis de relais amplificateur.
- Développer des offres touristiques plus qualitatives car répondant au cahier des charges de la marque.
- Donner un meilleur positionnement touristique de la destination Sud Martinique.
- Permettre une plus grande visibilité pour l'ensemble des opérateurs sur le territoire.
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés.
- Développer des produits touristiques/ écotouristiques ayant un rapport qualité/prix d'excellence.
- Augmenter les chiffre d'affaire des entreprises par des produits hautement qualifiés.
- Pérenniser les entreprises pour plus d'attractivité.

AXE 4 : LA MARQUE SUD MARTINIQUE ET SA VALORISATION PAR LES OFFICES DE TOURISME

Fiche n°4.2

TITRE

Mise en réseau des offices de tourisme et des syndicats d'initiative dans le cadre d'une meilleure promotion, valorisation et commercialisation des offres et des services touristiques de la Destination Sud Martinique

SYNTHÈSE

Pour les organisations comme les entreprises touristiques, les enjeux d'une amélioration de l'accueil et de la satisfaction des clientèles sont multiples mais comportent tous des retombées positives en termes de performances et de compétitivité. Sur les 12 communes que représente la destination Sud Martinique, 9 d'entre-elles possèdent un ou plusieurs lieux d'accueil et d'information touristique. La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique souhaite, dans le cadre de la loi NOTRe, organiser une véritable mise en réseau de ses lieux d'accueil et d'information touristique par une modernisation des lieux, et ce dans l'objectif de monter en gamme en matière d'accueil et d'information auprès des clientèles. Après plusieurs visites de terrain et la réalisation d'un questionnaire, il s'avère que les différents lieux, qu'ils aient le statut d'office de tourisme ou de syndicat d'initiative, ont de véritables manques en matière d'accueil et d'information touristique. Y pallier leur permettrait une montée en gamme de la destination et une meilleure répartition des clientèles touristiques sur l'ensemble de la destination Sud Martinique.

Les grands axes de modernisation des offices de tourisme et syndicats d'initiative

- Signalisation routière d'indication des sites d'accueil et d'information touristique.
- Signalétique extérieure d'information touristique devant chaque pôle d'information.
- Installation d'outils numériques d'information touristique au sein des pôles d'accueil.
- Mise en place d'espace d'accueil, de consultation et de commercialisation des documents.

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Développer des services d'accueil touristique pour une meilleure prise en compte des nouvelles attentes et envies des clientèles touristiques en matière d'accueil et services de qualité.
- Augmenter le taux de l'emploi en Martinique ainsi que leur qualité surtout pour les jeunes et les femmes dans un objectif d'élévation du niveau de vie de la destination Sud Martinique.
- Moderniser l'offre touristique de la destination fondée sur la formation pour plus de compétitivité.
- Améliorer le taux de satisfaction de la clientèle pour renforcer l'attractivité de la destination Sud Martinique et plus globalement celle de la Martinique.
- Favoriser la circulation et la consommation des touristes sur la destination Sud Martinique.
- Faire du territoire Sud Martinique la destination nautique d'excellence de la Caraïbe par la création d'offres, de services et de produits touristiques/ écotouristiques innovant et zéro défaut.
- Etre plus compétitif et attractif par de nouveaux services et offres d'excellence.
- Engager des démarches de qualité touristique pour les prestataires (afnor, qualité tourisme).
- Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- Développer une politique commerciale vers les cibles « groupes » et vers les intermédiaires (TO, agences...)
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés.
- Développer des produits touristiques/ écotouristiques ayant un rapport qualité/prix d'excellence.
- Faire des offices de tourisme des véritables pôles de commercialisation des offres et des services touristiques.

AXE 5 : FORMATION ET INSERTION PROFESSIONNELLE

Fiche n°5.1

TITRE

Formation et insertion professionnelle

SYNTHÈSE

Un des objectifs principaux du programme ODYSSEA est la montée en gamme des services et des prestations. Cette ambition ne peut être envisagée sans la mise en place d'actions de formations adaptées aux personnels des ports, aux agents d'accueil et plus généralement au secteur touristique.

De plus, avec l'adoption de la loi Notre, l'organisation institutionnelle du secteur du tourisme se trouve considérablement modifiée. Ce nouveau cadre réglementaire auquel s'ajoutent l'évolution des comportements des touristes, la révolution numérique et la raréfaction des ressources nous pousse à avoir une gestion plus rationalisée des actions.

C'est dans cette optique, que nous souhaitons mettre en place un plan de formation unifié au sein de l'Espace Sud pour le secteur HTR (incluant le nautisme).

Cette action sur l'Espace Sud pourra servir de projet pilote et être par la suite déclinée sur l'ensemble de la Martinique.

Cette action sera portée par l'Espace Sud qui sera assistée de l'AGEFMA, instance compétente en matière de formation. Une convention sera donc signée entre l'Espace Sud et l'AGEFMA pour la définition et la mise en œuvre de ce plan de formation.

L'AGEFMA accompagnera l'Espace Sud sur les actions suivantes :

- Fédérer l'ensemble des acteurs de formation de la filière : CNFPT, AGEFOS, OPCA des branches organisations, de tourisme, Port de Plaisance et Hôtellerie en Plein Air, UNIFORMATION
- Accompagnement des entreprises à la définition de leurs besoins en métiers (pour ce faire, nous pourrions nous appuyer sur les associations de professionnels)
- Mise en place d'une GPEC en fonction des métiers prioritaires
- Définition d'un plan de formation

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Former sur des nouveaux métiers à forte valeur ajoutée.
- Augmenter le taux de l'emploi en Martinique ainsi que leur qualité surtout pour les jeunes et les femmes dans un objectif d'élévation du niveau de vie de la destination Sud Martinique.
- Favorise l'insertion professionnelle.
- Réduite le chômage chez les jeunes et chez les femmes.
- Réduire l'effet de la saisonnalité par un système emploi en saison haute et formation en saison basse.
- Assurer par la formation et l'insertion la pérennité des entreprises, notamment dans le nautisme.
- Améliorer la qualité de l'accueil et des services chez les professionnels du nautisme et du tourisme.

LE PROGRAMME INTERREG IV « CARAÏBES » 2014 -2020

LE PROGRAMME INTERREG IV « CARAÏBES » 2014 - 2020

Fiche 1.1. Pour la définition et mise en œuvre du projet stratégique Odyssea Caraïbes dans le cadre du Programme INTERREG IV « CARAÏBES » 2014 - 2020

LE PROGRAMME INTERREG IV « CARAÏBES » 2014 - 2020

Fiche n°1.1

TITRE

Pour la définition et la mise en œuvre du projet stratégique Odyssea Caraïbes dans le cadre du Programme INTERREG IV « CARAÏBES » 2014 - 2020

SYNTHÈSE

La Commission Européenne a adopté le 1er décembre 2015 le programme INTERREG Caraïbes 2014-2020 dont le budget s'élève à 86 millions d'euros, dont 64.2 million d'euros venant du Fonds Européen de Développement Régional (FEDER). Ce programme a pour objectif de renforcer la compétitivité économique du bassin, de répondre aux problématiques communes environnementales et sanitaires et de promouvoir le capital culturel de la région.

Le programme, destiné à soutenir des projets de coopération dans l'espace Caraïbes, concerne les régions ultrapériphériques (Rup) de Guadeloupe, Guyane, Martinique et Saint Martin avec près de quarante pays tiers et pays ou territoires d'outre-mer (PTOM), en particulier les pays membres de l'Association des Etats de la Caraïbe (AEC), du CARICOM (Caribbean Community) et de l'OECO (Organisation Economique de la Caraïbe Orientale).

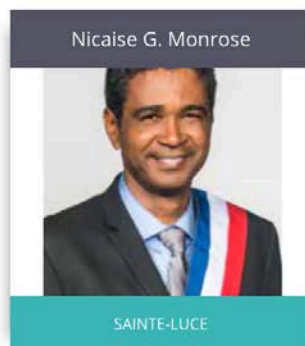
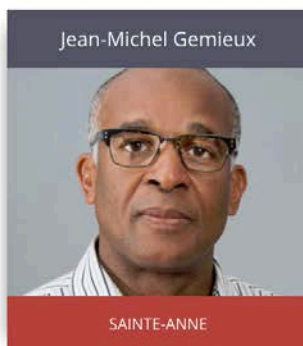
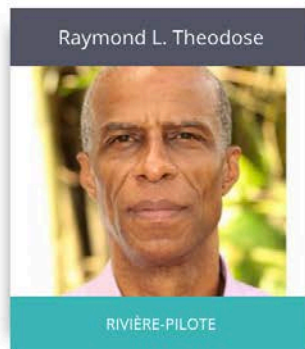
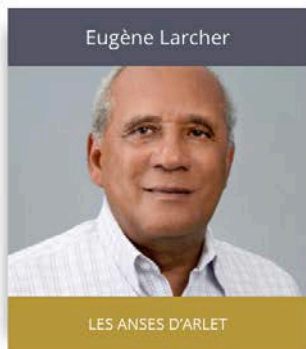
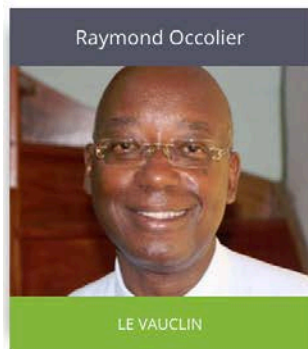
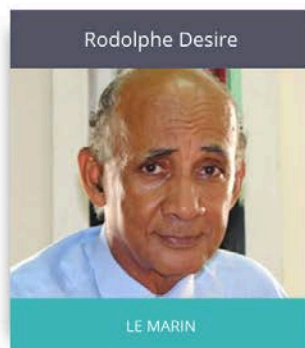
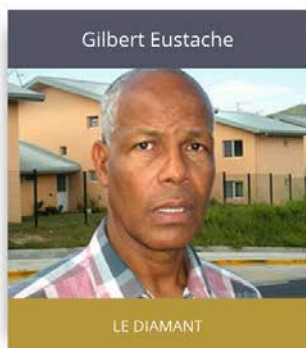
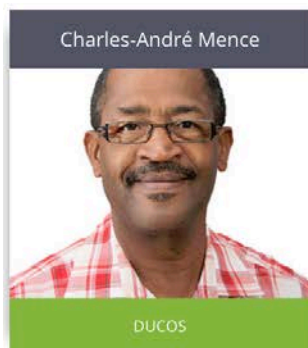
Le programme a pour objectif de renforcer la compétitivité économique du bassin, de répondre aux problématiques communes environnementales et sanitaires et de promouvoir le capital culturel de la région. Il se décline en six priorités stratégiques :

1. Renforcer la compétitivité des entreprises du bassin des Caraïbes
2. Renforcer la capacité de réponse aux risques naturels par la mise en place de systèmes communs de gestion des risques
3. Protéger l'environnement culturel et naturel, notamment en développant conjointement un tourisme durable dans la Caraïbe
4. Répondre aux problématiques communes de santé
5. Soutenir le développement des énergies renouvelable avec les pays de l'OECO
6. Renforcer le capital humain par la mobilité étudiante et professionnelle ainsi que par le renforcement des capacités linguistiques

OBJECTIFS DE RÉSULTATS

- Développer et structurer un Itinéraire écotouristique des Voies Maritimes historiques de l'espace Caraïbes avec la création de produits et services innovants et de forfaits touristiques thématiques «Multi destination Nautisme et Croisière Caraïbes », pour développer une offre touristique nautique de qualité, originale et respectueuse des identités locales et de l'environnement.
- Mettre en œuvre d'un modèle innovant de coopération et de croissance intelligente, pour faciliter l'accès et la consolidation des PME du secteur nautique, côtier et maritime sur des marchés extérieurs.
- Adopter des actions coordonnées pour mieux répartir dans le temps et dans l'espace les flux touristiques et améliorer la cohésion territoriale par la diversification des produits (sport, tourisme rural et culturel...).

les maires présentent leurs communes dans le modèle Odyssea de Croissance Bleue et verte



<http://www.odyssea.eu/destination-espace-sud-martinique>

SUD MARTINIQUE

DANS LE MODÈLE ODYSSEA DE VALORISATION D'UN NOUVEAU TOURISME BLEU



Les plus belles escales

Plages, rhumeries, musées...

DÉCOUVREZ LE TOP 12



Connectez-vous sur la carte interactive du système d'information numérique géographique des projets et points d'intérêt touristique de la destination Sud Martinique

Eglise St Etienne
Saint-Etienne, Martinique

Description

Galerie

Galerie

Carte

Latitude: 14.425319 - Longitude: -60.670998

MOULIN DU VAL D'OR
Sainte-Anne, Martinique

DESCRIPTION

Dates d'ouverture
Du: 01-01 au: 31-12

CONTACT
Tel.: 0596 64 42 59 / 645 645
Port.: 0696 33 35 62

CARTE
Latitude: 14.425319 - Longitude: -60.670998

A: Office de Tourisme de Sainte-Anne

ACCORD DE COOPÉRATION

ACCORD CADRE DE COOPÉRATION ODYSSEA MARTINIQUE

POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET INTÉGRÉ
SUD MARTINIQUE ET DE LA VILLE PILOTE DU MARIN
« CROISSANCE BLEUE ODYSSEA 2014 - 2020 »



Signatures au Salon Nautique de Paris en présence Frédéric Cuvillier ministre
délégué aux Transports et à l'Économie maritime

La Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique, la ville du Marin, en lien avec la
Collectivité Territoriale de Martinique, en coopération avec la Fédération Française des Ports de
Plaisance et le GEC Odyssea.

SOUTIENS DES MINISTRES



GLOSSAIRE

ASP	Agence de Services et de Paiement
CACEM	Communauté d'Agglomération du Centre de la Martinique
CAESM	Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud de la Martinique
CAP Nord	Communauté d'Agglomération du Pays Nord Martinique
CCI(M)	Chambre de Commerce et d'Industrie (de la Martinique)
CMA	Chambre de Métiers et de l'Artisanat
CMT	Comité Martiniquais du Tourisme
CoProg	Comité de Programmation
CTM	Collectivité Territoriale de Martinique
EPCI	Etablissement Public de Coopération Intercommunale
ETP	Équivalent Temps Plein
FEADER	Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
FEAMP	Fonds Européen pour les Affaires Maritimes et la Pêche
FEDER	Fonds Européen de Développement Régional
FSE	Fonds Social Européen
GAL	Groupe d'Action Locale
GIP	Groupement d'Intérêt Public
LEADER	Liaisons Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale
PCET	Plan Climat Energie Territorial
PO	Programme Opérationnel
PDR(M)	Programme de Développement Rural (de la Martinique)
PNRM	Parc Naturel Régional de la Martinique
RAE	Rapport Annuel d'Exécution
SAR	Schéma d'Aménagement Régional
SMVM	Schéma de Mise en Valeur de la Mer
SCoT	Schéma de Cohérence Territoriale
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
UE	Union Européenne

Acronymes

AAMP	Agence des Aires Marines Protégées
ADEME	Agence de l'Environnement et de l'Energie
ADEPAM	Association pour la Défense des Producteurs Aquacoles Martiniquais
AME	Agence Martiniquaise de l'Energie
AFIPAM	Association de Préfiguration de l'Interprofession de la Filière Pêche et Aquaculture de la Martinique
ARS	Agence Régionale de la Santé
ASSAUPAMAR	Association pour la Sauvegarde du Patrimoine Martiniquais
BRGM	Bureau de Recherches Géologiques et Minières
CACEM	Communauté d'Agglomération Centre Martinique
CAP Nord Martinique	Communauté d'Agglomération du Pays Nord Martinique
CCIM	Chambre de Commerce et d'Industrie de la Martinique
CCSTI	Centre de Culture Scientifique Technique et Industrielle
CD 972	Conseil Départemental de la Martinique
CERFASSO	Centre Régional de Formation des Animateurs Sportifs et Socio-éducatifs
CMT	Comité Martiniquais du Tourisme
COOPAQUAM	Coopérative Aquacole de la Martinique
COPEMAR	Coopérative Maritime Avitaillement
CR Martinique	Conseil Régional de la Martinique
CROSS AG	Centre Régional Opérationnel de Surveillance et de Sauvetage Antilles-Guyane
CRPMEM	Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins
CSN AG	Centre de Sécurité des Navires Antilles-Guyane
DAAF	Direction de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
DEAL	Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement
DIECCTE	Direction des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi
DM	Direction de la Mer
DRFIP	Direction Régionale des Finances Publiques
DRGC AG	Direction Régionale Garde-Côtes Antilles-Guyane
DRJSCS	Direction Régionale de la Jeunesse des Sports et de la Cohésion Sociale
EFPMA	Ecole de la Formation Professionnelle aux métiers Martinique et Aquacoles
FFV	Fédération Française de Voile
FFESSM	Fédération Française d'Etudes et de Sports Sous-Marins
FIN	Fédération des Industries Nautiques
GPMLM	Grand Port Maritime de La Martinique
IEDOM	Institut d'Emission des Départements d'Outre-Mer
IFREMER	Institut Français de Recherche pour l'Exploitation de la Mer
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
MYA	Martinique Yachting Association
ODE	Office De l'Eau
OMMM	Observatoire du Milieu Marin Martiniquais
ONCFS	Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage
ONEMA	Office National de l'Eau et des Milieux Aquatiques
PARM	Pôle Agroalimentaire Régional de Martinique
PNR Martinique	Parc Naturel Régional de la Martinique
SDIS	Service Départemental d'Incendie et de Secours
SEPANMAR	Société pour l'Etude, la Protection et l'Aménagement de la Nature à la Martinique
SNSM	Société Nationale de Sauvetage en Mer
SSGM	Service Santé des Gens de Mer
UAOM	Union des Aquaculteurs d'Outre-Mer
ULAM	Unité Littorale des Affaires Maritimes



ANNEXES

Indicateurs plaisance - nautisme

Rapport d'inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes & définition thématique des 12 communes dans le modèle Odyssea



INDICATEURS PLAISANCE NAUTISME

LES PROJECTIONS EN TERME D'EMPLOIS

Pour les ports à sec :

Unité de mesure : 100 bateaux = 10 emplois directs environ.

Pour les marinas :

Une marina offre 100 emplois directs.

Unité de mesure : 1 emploi direct pour 5 indirects (locations de voiliers, hors bord, etc..)

Rapport d'inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes & définition thématique des 12 communes



Bienvenue sur le portail officiel Croissance et Tourisme Bleu by Odyssea de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

[Accueil](#) [Ils parlent du programme](#) [Ils parlent de leur commune](#) [Les plus belles Escapes](#)



L'objectif de cette phase est d'établir un inventaire de l'offre touristique de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique selon les 5 thématiques d'escales Odyssea.

C'est à partir de l'inventaire de l'existant que nous avons défini les contenus et les objectifs de la phase de marketing opérationnel en cohérence avec les politiques touristiques du Comité Martiniquais du Tourisme.

Ce travail d'inventaire territorial a été réalisé sur la base d'une méthodologie opérationnelle (méthode de la Direction Régional des Affaires Culturelles) et d'une structuration selon le concept Odyssea dont l'objectif est de valoriser, partager et faire découvrir de façon ludique et spectaculaire l'histoire, la culture, les offres et services de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique.

Pour cela, une définition de l'identité de la Communauté la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique a été révélée par la mise en place d'un inventaire communal autour des patrimoines, des paysages, des savoirs et savoir-faire, des offres et services existants.



Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des 12 communes

Un travail d'analyse des différentes sources d'information a permis la rédaction de fiches inventaires de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique selon les 5 escales thématiques ODYSSEA : Nautique ; Saveurs et gastronomie ; Culture et patrimoine, Nature et découverte, Sport, Loisirs et Bien-être en conformité avec les standards touristiques.

Avec l'aide du groupe de travail d'acteurs locaux, il a été réalisé l'inventaire culturel et touristique des villes de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique.

Des fiches numériques ont été créées selon le concept des 5 thématiques ODYSSEA afin qu'elles servent ensuite de support au montage de la Base de données multimédias gérée par les Offices de Tourisme de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique.



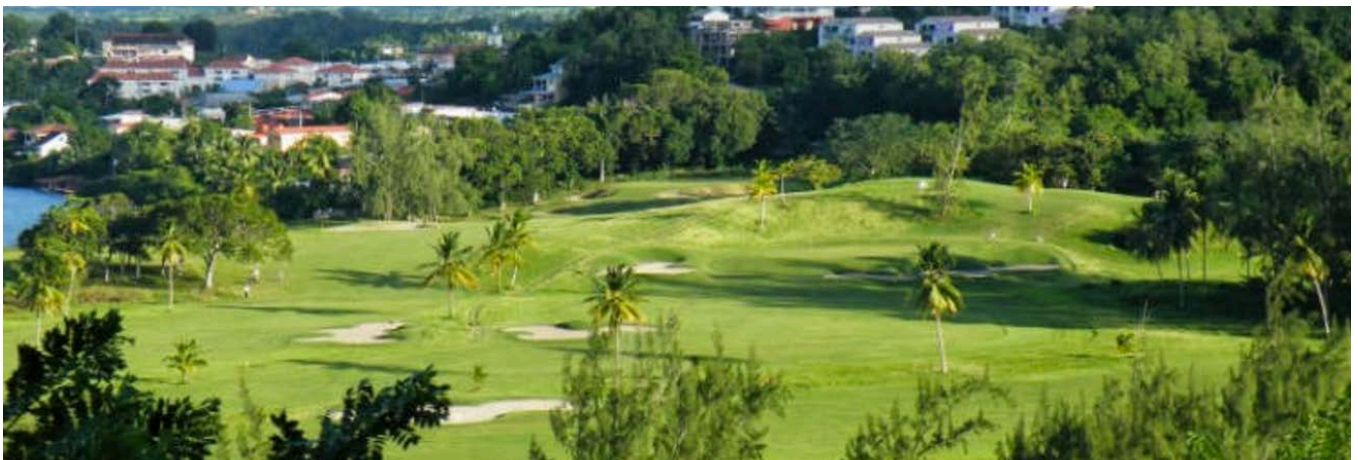
Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des 12 communes

Marketing de la démarche et de l'offre, positionnement et segmentation des nouvelles offres et nouveaux services de qualité

Afin de mener à bien cette phase, nous avons procédé au traitement des informations pour la mise en place de la base de données selon les thématiques d'escale retenues dans le cadre du programme Odyssea :

- ✓ Nautique : la capitainerie, les offres des professionnels, les activités nautiques, la pêche, la balade en mer, la voile loisir, la plongée, la voile croisière, plus beaux mouillages de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique.
- ✓ Culture et Patrimoine : points de vues et paysages remarquables (reflets d'un fait social, d'une évolution d'activité, d'une histoire, de savoir-faire...), éléments architecturaux retraçant l'histoire de la cité et de son arrière pays (église, château, vieilles maisons, statues, ateliers d'artisans...), histoire du territoire et les lieux marquants, musées, sentiers culturels...
- ✓ Nature et Découverte : chemins de randonnée existants, éléments naturels distinctifs, activités de pleine nature...
- ✓ Saveurs et Gastronomie : restaurants typiques proposant des recettes locales, rumerie, pêcheurs, évènements présentant les coutumes locales, les métiers traditionnels, la tradition orale...
- ✓ Sport, Loisirs et Bien-être : Pitt, quad, spa, casino, golf...



METHODOLOGIE

Objectifs :

- ✓ Structurer les offres et les services touristiques de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique selon le modèle Odyssea et ses 5 thématiques d'escale : nautique, culture et patrimoine, saveurs et gastronomie, nature et découverte, sport, loisirs et bien-être.
- ✓ Classifier les sites, les offres et les services de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique selon le modèle Odyssea et ses 5 thématiques d'escale : nautique, culture et patrimoine, saveurs et gastronomie, nature et découverte, sport, loisirs et bien-être.
- ✓ Identifier les éléments qui doivent être incorporés, modifiés ou améliorés sur la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique selon le modèle Odyssea et ses 5 thématiques d'escale : nautique, culture et patrimoine, saveurs et gastronomie, nature et découverte, sport, loisirs et bien-être pour faciliter l'accès, mobilité et l'itinérance de l'ensemble des escales à valorisées.



Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des 12 communes

METHODOLOGIE

Mode d'emploi :

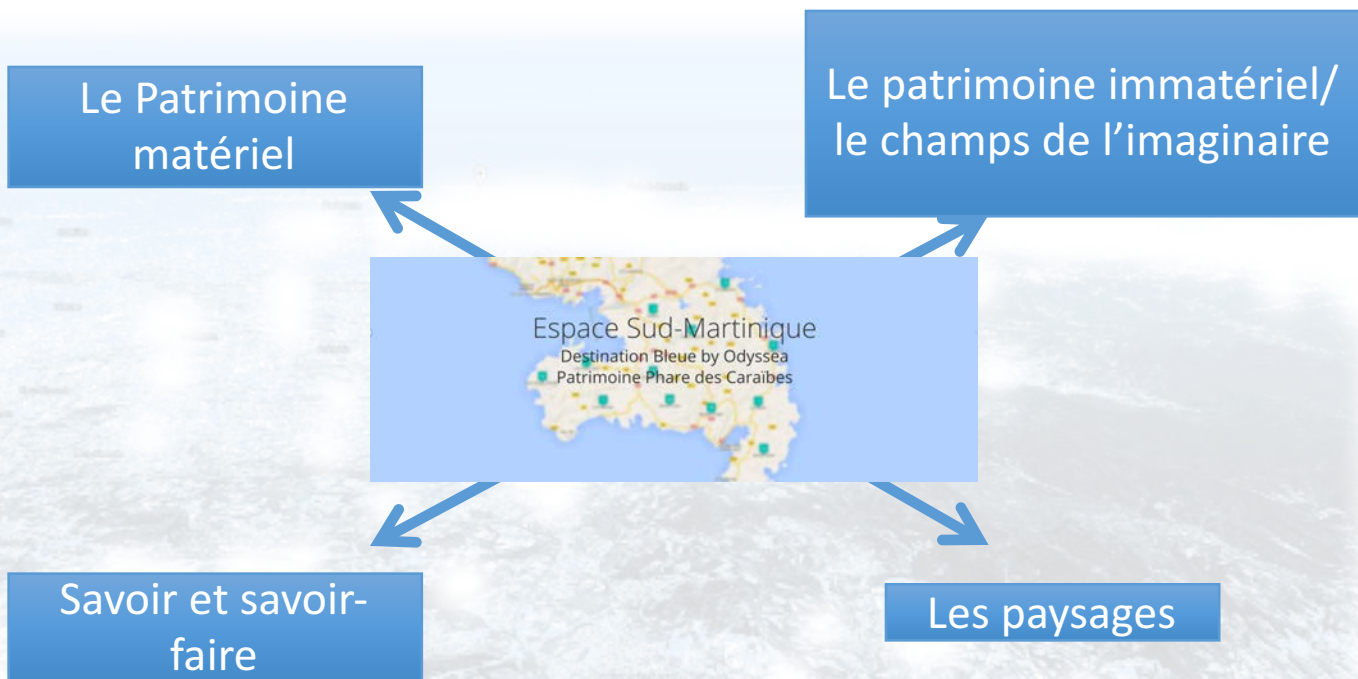
Ce travail d'inventaire a permis de structurer le territoire et de définir la politique de marque de destination.

- ✓ Structurer les escales de la Communauté de d'Agglomération de la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique selon le modèle Odyssea et ses 5 thématiques d'escale : nautique, culture et patrimoine, saveurs et gastronomie, nature et découverte, sport, loisirs et bien-être de façon à intégrer tous les lieux et éléments qui puissent contribuer à mettre en valeur la richesse du territoire de projet.
- ✓ Classifier les propositions de sites et éléments de découverte selon le degré d'intérêt pour les publics visés selon les trois catégories suivantes :
 - A voir absolument ★★★
 - Mérite le détour ★★
 - Intéressant ★
- ✓ Analyser les propositions incluses et faire une liste la plus exhaustive possible en identifiant les éléments qui doivent être incorporés, modifiés ou améliorés sur la Communauté de d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique pour faciliter l'accès, mobilité et l'itinérance de l'ensemble des escales à valorisées : escale nautique, escale culture, escale saveurs et escale nature.



INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

CARRÉ SÉMIOTIQUE CULTUREL - MODELE DRAC - DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE



INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

CARRÉ SÉMIOTIQUE CULTUREL - MODELE DRAC - DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

La démarche d'inventaire touristique thématique Pourquoi ?

Finalités :

Mettre en place et développer un outil commun pour mieux connaître l'offre touristique du territoire de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique, pour mieux la promouvoir auprès des clientèles et ainsi mieux les satisfaire

Objectifs :

Organiser et mettre en place une méthode de travail commune qui permette à tout le réseau de détenir les informations nécessaires et utiles pour mieux connaître et apprendre à connaître le territoire.

Les fiches techniques d'inventaire touristique :

Ces fiches techniques d'inventaire touristique mise en place pour la territoire de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique peuvent être actualisée à tout moment par les référents.

En effet, il ne s'agit pas de recréer un outil mais de développer une démarche complémentaire en vue d'une information pertinente, pratique et rapide.

1/ un outil informatique existant permettant de recenser, répertorier, actualiser l'ensemble des éléments relatifs aux prestations touristiques, ces éléments ayant été vérifiés.

2/ une démarche d'inventaire touristique complémentaire permettant de mieux connaître et de s'approprier le territoire, son offre touristique, de pouvoir mieux la promouvoir auprès des clientèles, et ainsi les satisfaire mais aussi de développer le relationnel et la dynamique entre OT et prestataires.

La plateforme numérique qui a été mise en place est une plateforme partagée de gestion mais sous la responsabilité de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique.

INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

CARRÉ SÉMIOTIQUE CULTUREL - MODELE DRAC - DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Etape 1 : Recenser (phase 1 réalisée)

L'inventaire consiste au sens littéral du terme, à faire la liste et à dénombrer sur le territoire de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique l'ensemble des éléments issus du patrimoine matériel, du patrimoine immatériel, des savoirs et savoir-faire ainsi que des paysages qu'ils soient de mer ou de terre.

Cette opération implique de renseigner chaque élément identitaire de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique et les plus emblématiques et de son territoire selon les 5 thématiques d'escale – nautique, culture et patrimoine, saveurs et gastronomie, nature et découverte, sport, loisirs et bien-être.

Rappel : l'objectif de résultat de ce recensement est de donner à la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique un inventaire de son territoire mais aussi de recenser l'ensemble des sites touristiques de son territoire amenant une plus value en terme d'image à la destination Sud Martinique.

Etape 2 : Etudier et analyser (phase 1 réalisée)

Une fois avoir fait la liste des éléments identitaires selon le carré sémiotique culturel de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique, chacun des éléments recensés aura sa fiche d'information touristique et culturelle sur la plateforme numérique destination Sud Martinique.

Etape 3 : Faire connaître et valoriser (phase 2 à réaliser – hors du marché actuel)

Ce travail va se concrétiser par la promotion de la destination dans son aspect touristique identitaire.

Etape 4 : Promouvoir et marketer (phase 2 à réaliser – hors du marché actuel)

Cette action va consister à réécrire les textes issus des 5 thématiques d'escale de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique dans l'objectif d'une nouvelle rédaction plus touristique.

Etape 5 : Mise en tourisme durable de nouvelles offres et services touristiques de la destination Sud Martinique (phase 2 à réaliser – hors du marché actuel)

L'inventaire culturel, une fois marketé devra offrir une nouvelle mise en scène touristique et culturel valorisant du territoire de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

CARRÉ SÉMIOLOGIQUE CULTUREL - MODELE DRAC - DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

La mise en place de l'inventaire culturel a pour objectif de définir l'image de la destination de la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique en vue de proposer et d'installer une marque (brand) cohérente, originale, consistante et valorisante, qui assurera la promotion des ventes des produits de la destination « marquée » Sud Martinique.

Le branding regroupe tous les aspects intervenants dans l'image d'une destination tel que son territoire et son style d'expression, la description de la qualité de ses produits, ses valeurs, ses signes de présence.

L'image de marque pour la destination Sud Martinique et ses communes partenaires correspond à la place occupée par la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique en terme de destination touristique dans l'esprit des consommateurs.

L'idée étant d'être dans les premières qui viennent à l'esprit des consommateurs lorsque l'on parle de la destination Caraïbes ou Martinique.

L'inventaire culturel doit affirmer à la Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique son identité et par la même occasion de se distinguer de ses concurrents. Elle constitue une réelle source de valeur.

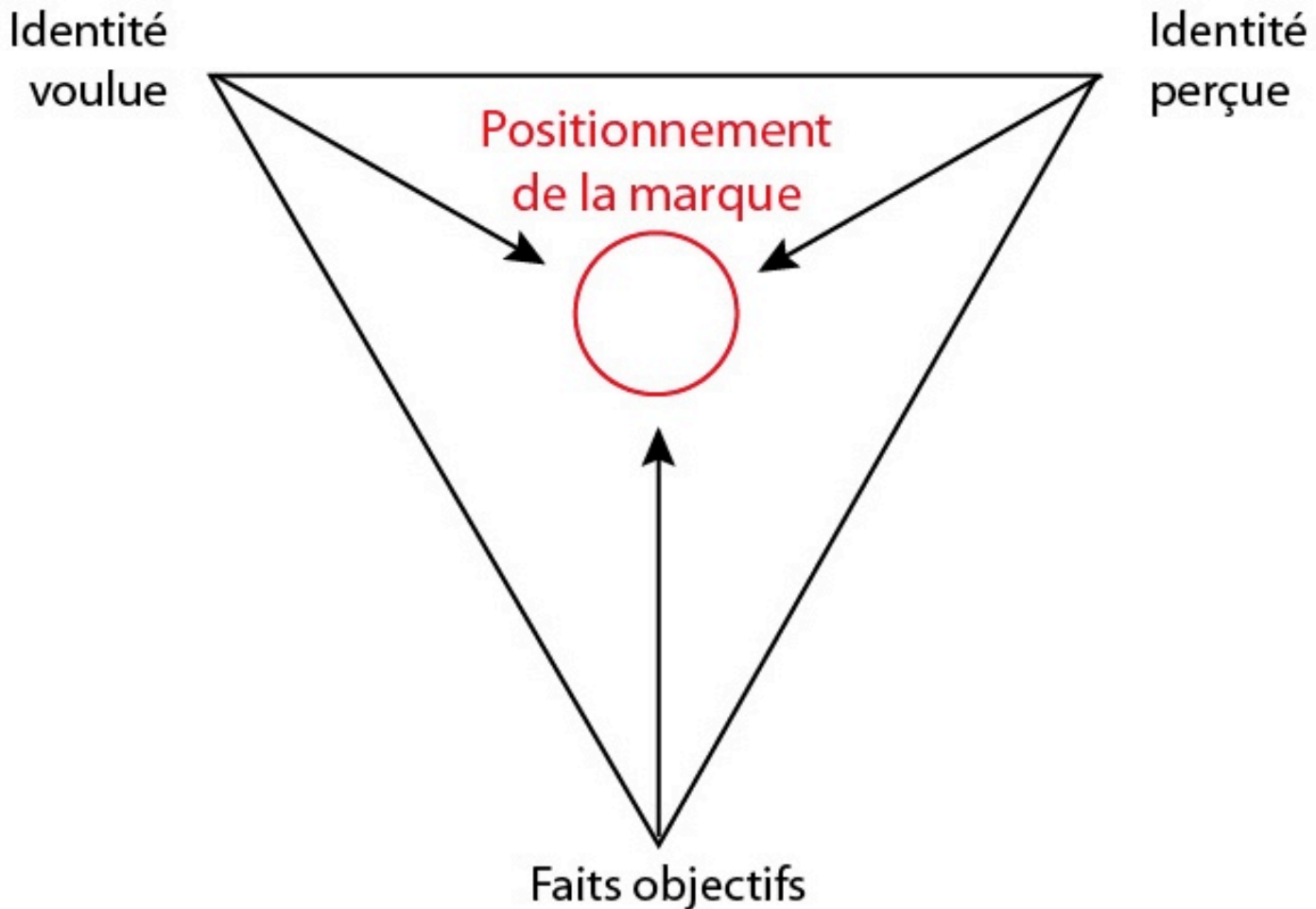
Il est important de connaître les différents types de notoriétés. Il existe quatre types de notoriété à déterminer auprès de la cible concernée et des consommateurs potentiels :

- ✓ **La notoriété spontanée** : le consommateur cite spontanément le nom d'une marque lors d'un questionnement sur des produits ou services d'un marché.
- ✓ **La notoriété dite top of mind** (le premier mot qui vient à l'esprit) : dans un questionnaire de type spontané, le consommateur cite en premier le nom d'une marque, ce qui signifie que cette marque est un symbole de marché, presque un réflexe pour le consommateur.
- ✓ **La notoriété assistée** : le sondé affirme ou non sa connaissance d'une marque lorsque le sondeur lui demande s'il la connaît.
- ✓ **La notoriété qualifiée** : le consommateur connaît à la fois le nom de la marque et ses principaux produits/services. Cette notion dépasse la notoriété car cela signifie que le consommateur s'identifie à cette marque. Il y a donc des critères d'attribution, on s'approprie la marque.

INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD
MARTINIQUE

Méthodologie de réalisation d'un inventaire culturel typé Communauté
d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

L'analyse des écarts dans un positionnement de marque



Les éléments identitaires qui constituent « les vecteurs clés » de la destination Sud Martinique



Escale
Nature



Escale
Saveurs



Itinéraire
Mer & Terre



Que faire
Côté Terre?



Port
& Capitainerie



Escale
Culture

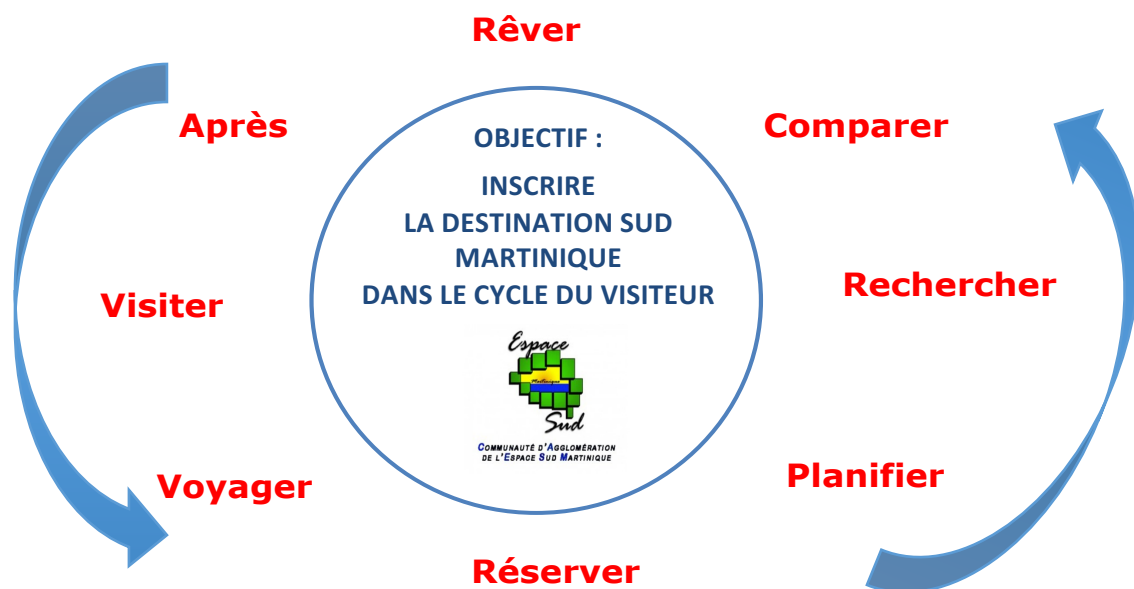


Escale
Nautique



Que faire
Côté Mer?

LE BRANDING OU L'IMAGE DE MARQUE



DESTINATION

**SUD
MARTINIQUE**

POSITIONNEMENT

France – Caraïbes

DÉCLINAISON COMMUNICATION

Escales de rêve

Marque de destination
SUD MARTINIQUE

Sud **M**MARTINIQUE



CRÉATION DE LA MARQUE SUD MARTINIQUE EN COHÉRENCE AVEC
LA MARQUE DE DESTINATION
« La Martinique » et « Destination France »



+

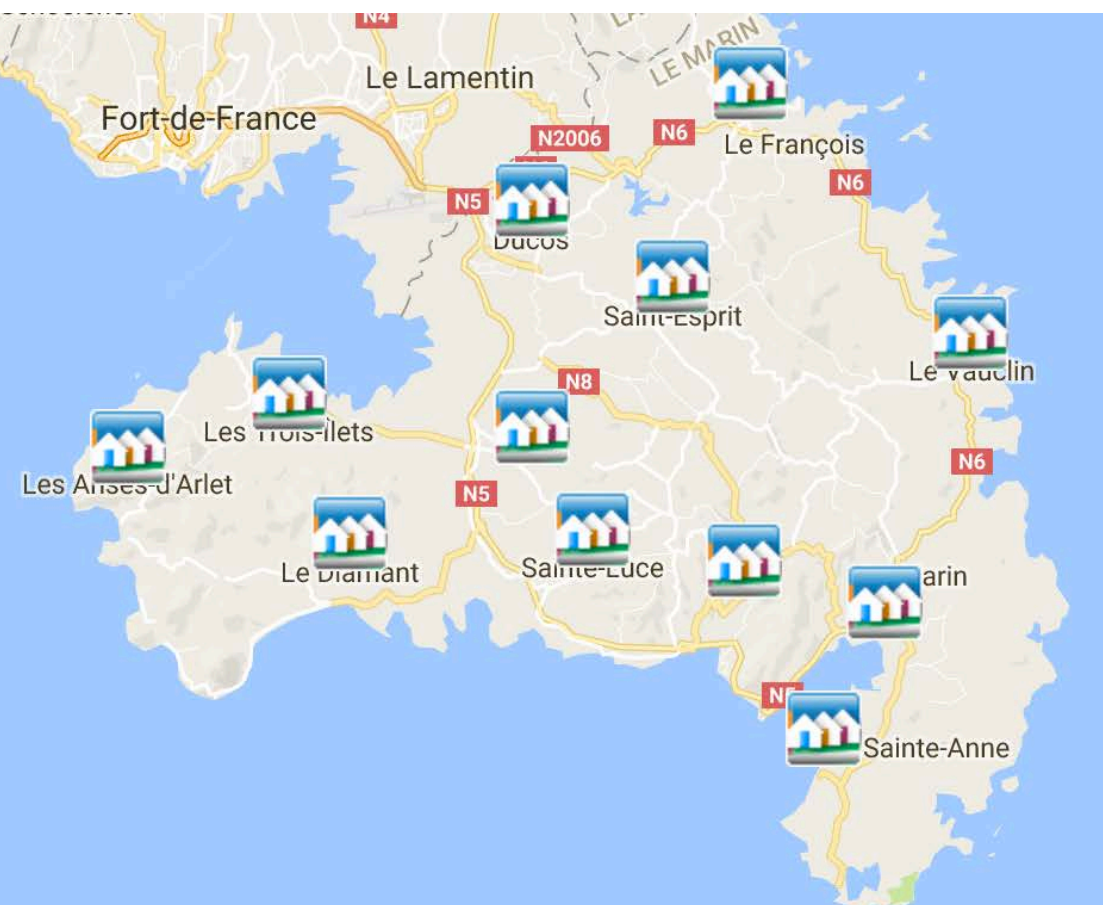


=



INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Inventaire de la destination Sud Martinique selon les 5
thématiques d'escale Odyssea

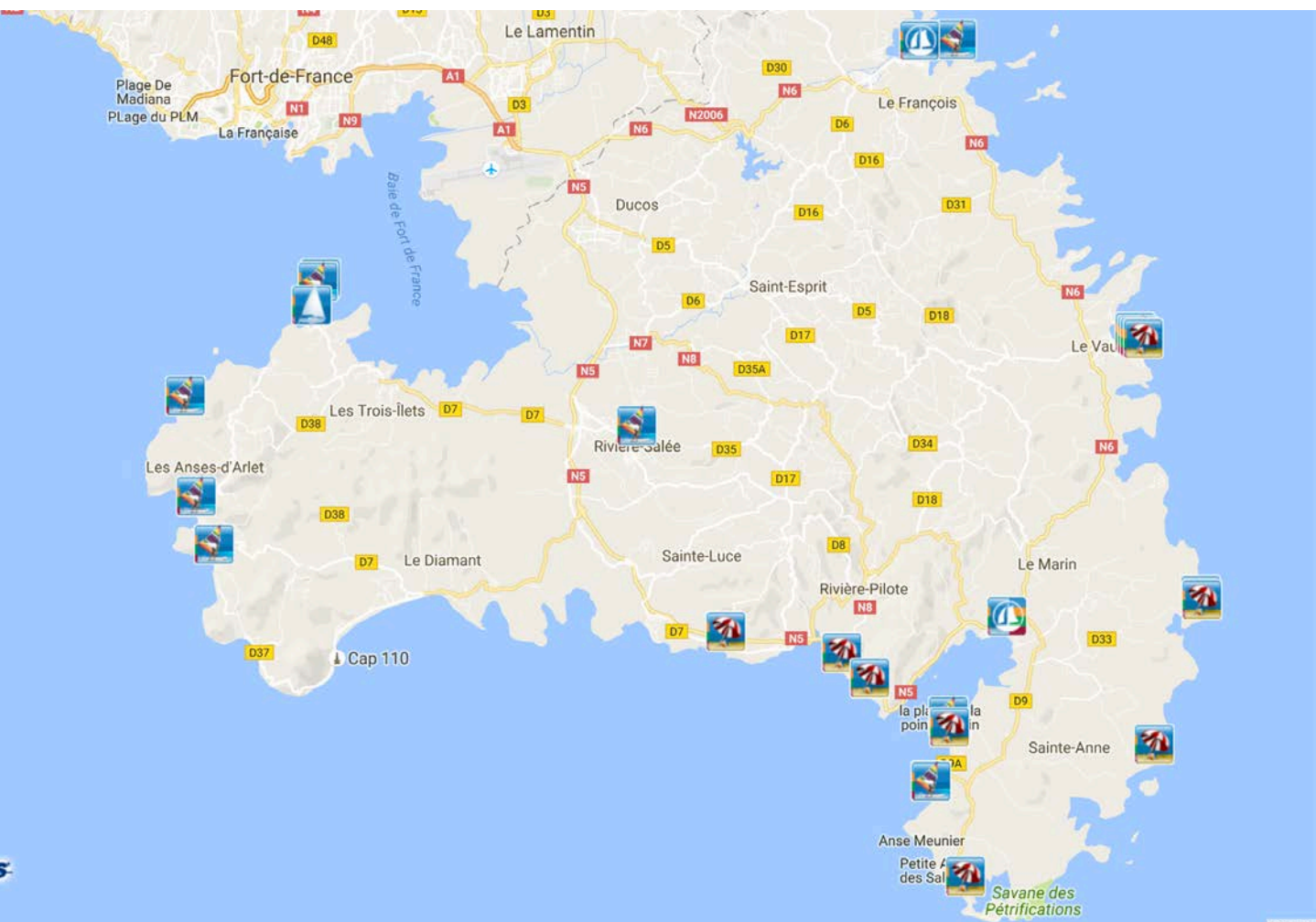


INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Escale nautique



25 escales
ont été intégrées
dans la base de données

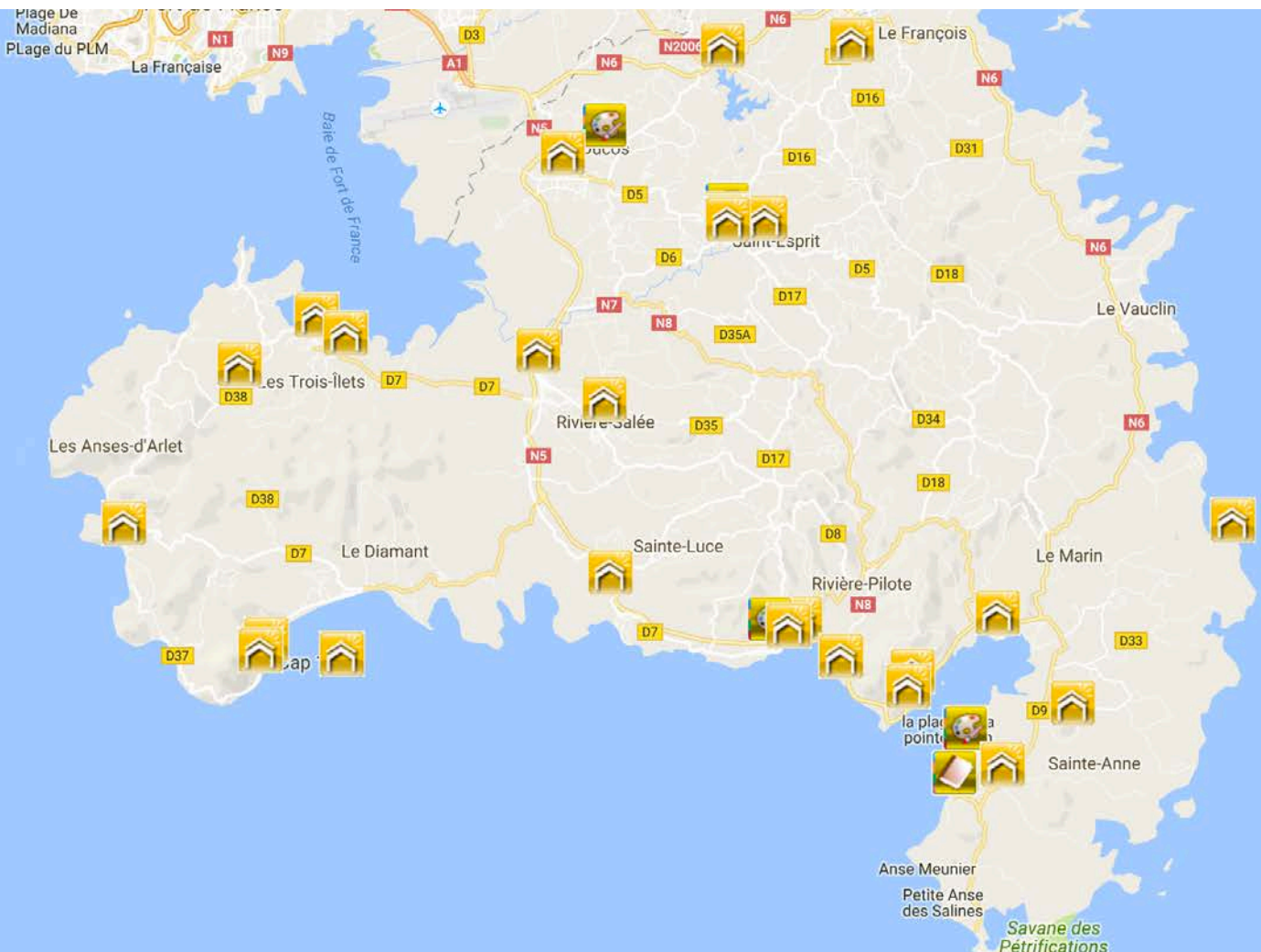


INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Escale culture



**51 escales
ont été intégrées
dans la base de données**

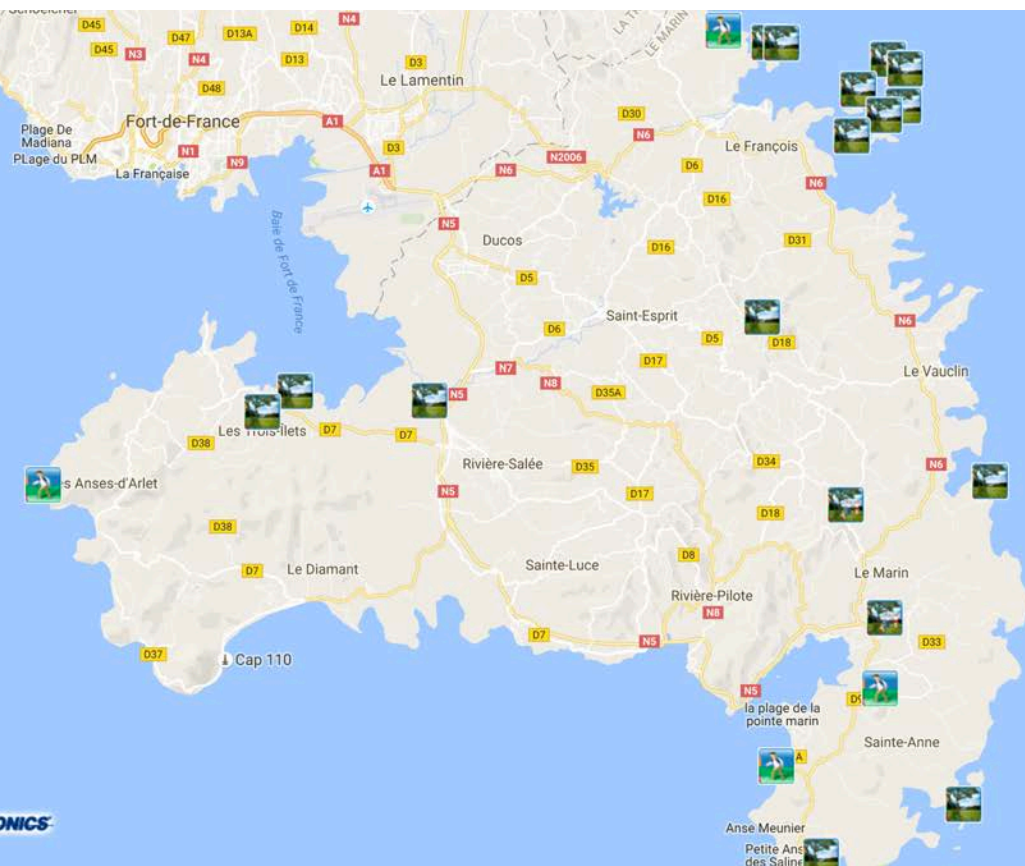


INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Escale nature & découvertes



**21 escales
ont été intégrées
dans la base de données**

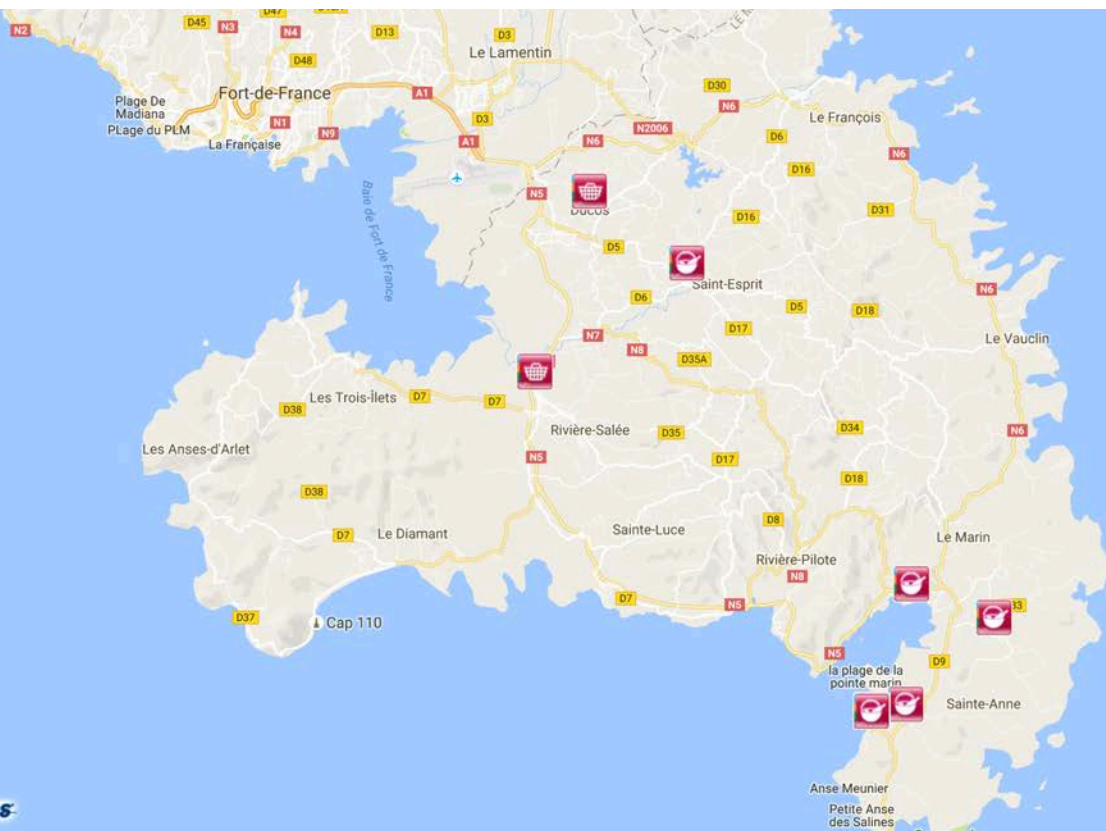


INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Escale saveurs & gastronomie



**11 escales
ont été intégrées
dans la base de données**

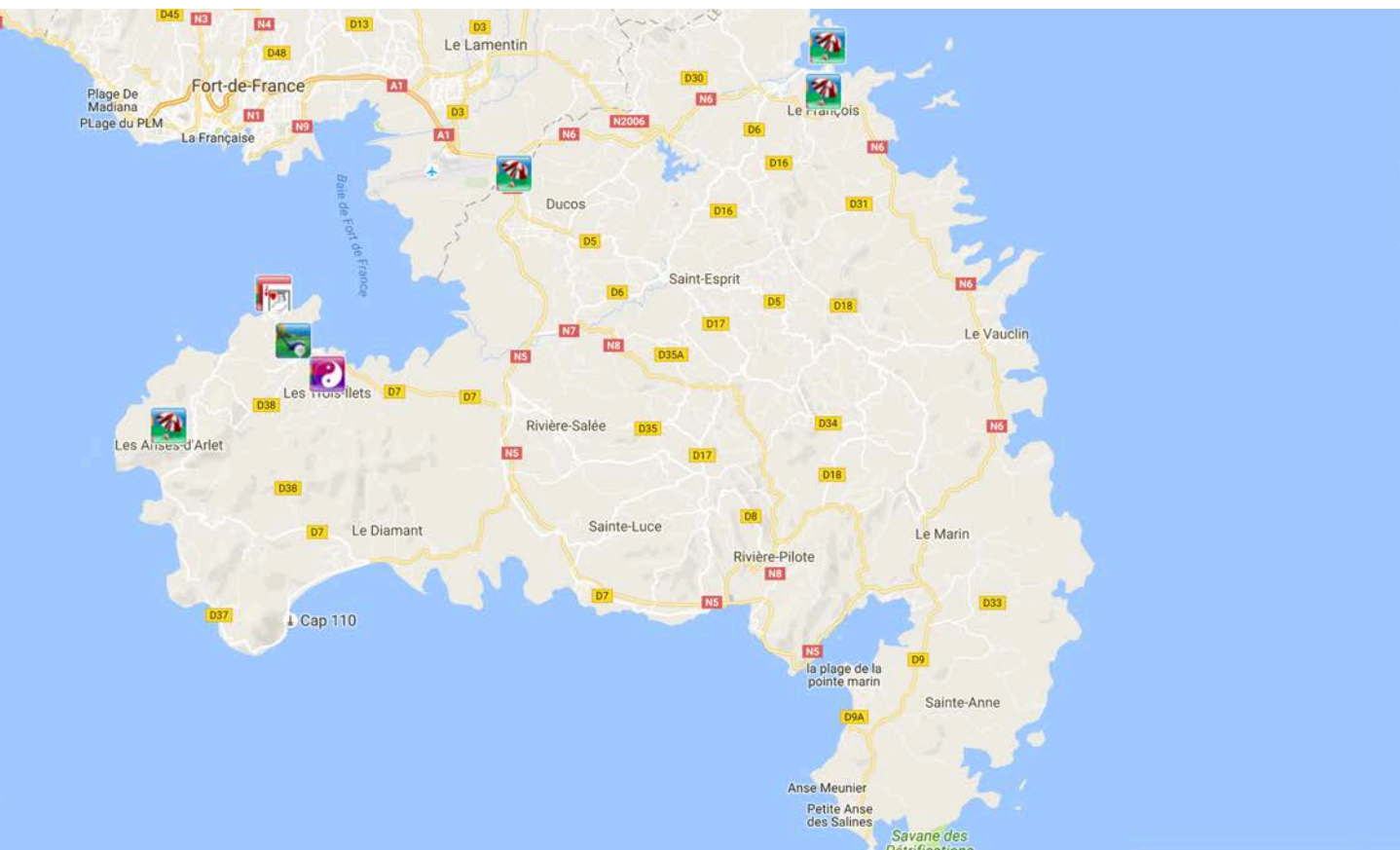


INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Escales sport, loisirs et bien-être



**7 escales
ont été intégrées
dans la base de données**

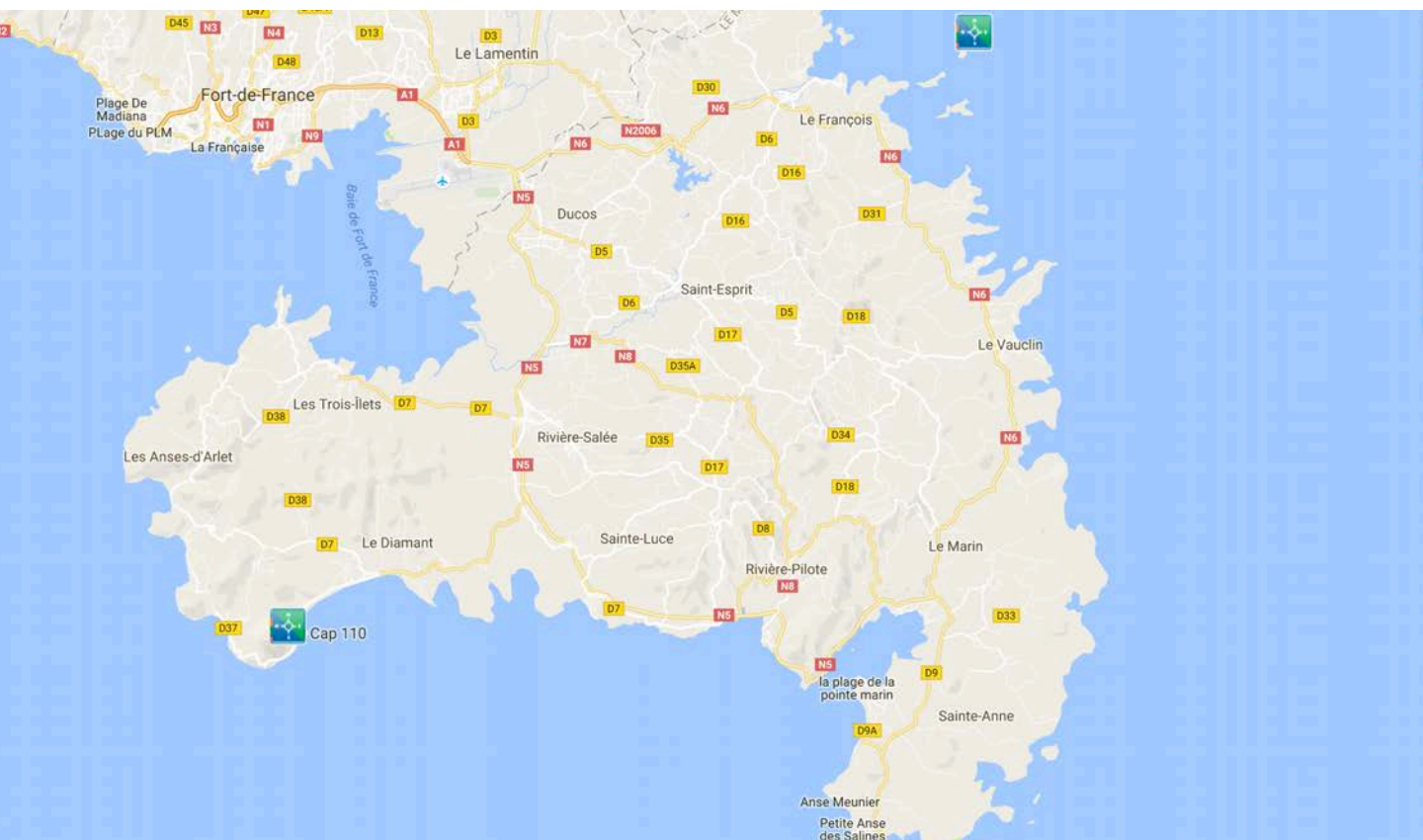


INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Balades & itinéraires



**5 escales
ont été intégrées
dans la base de données**



INVENTAIRE CULTUREL - POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION SUD MARTINIQUE

Inventaire de la destination Sud Martinique par commune



Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des 12 communes

DUCOS

<http://www.odyssea.eu/town/map/ducos-5919>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	0
Culture & Patrimoine	23
Saveurs & Gastronomie	4
Nature & Découvertes	0
Sports, Loisirs & Bien-être	1
Balades et Itinéraires	0
Hébergements	5
Restauration	8
Evènement	0
Total	41

<http://www.odyssea.eu/town/listing/ducos-5919>



Barrage Manzo

Sites touristiques

- Ducos, Martinique
- Latitude: 14.600854 - Longitude: -60.937641

Media

- Photo(s): 1

La commune possède le seul barrage hydraulique de la Martinique, celui du Saint-pierre Manzo long de 325m et 7,9 millions de m³ achevé en 1980;



Binoresto

Restaurants

- Ducos, Martinique
- Latitude: 14.582456 - Longitude: -60.965645

zi Petite Cocotte, 97224 DUCOS

Cuisine créole
Cuisine française

Prix midi : 10-15 euros

Tel: [05 96 50 99 32](tel:0596509932)

Fax: [05 96 60 45 99](tel:0596604599)



BL.Creation

Artisanat d'art

- Ducos, Martinique
- Latitude: 14.582456 - Longitude: -60.965645

Media

- Photo(s): 5

BL.Creation

Ludgela est créatrice de bijoux artisanaux depuis maintenant plus de 2 ans
C'est grâce à sa mère que Ludgela découvre et apprend toutes les techniques de broderie.

C'est en alliant ce savoir-faire à des formations professionnelles, que Ludgela se mets à la confection de fabuleux Vêtements, Accessoires, Bijoux en tissu et Crochet.

Port.: [0696 07 61 29](tel:0696076129)



case à farine

Producteurs & Artisans

- Ducos, Martinique
- Latitude: 14.582456 - Longitude: -60.965645

Media

- Photo(s): 1

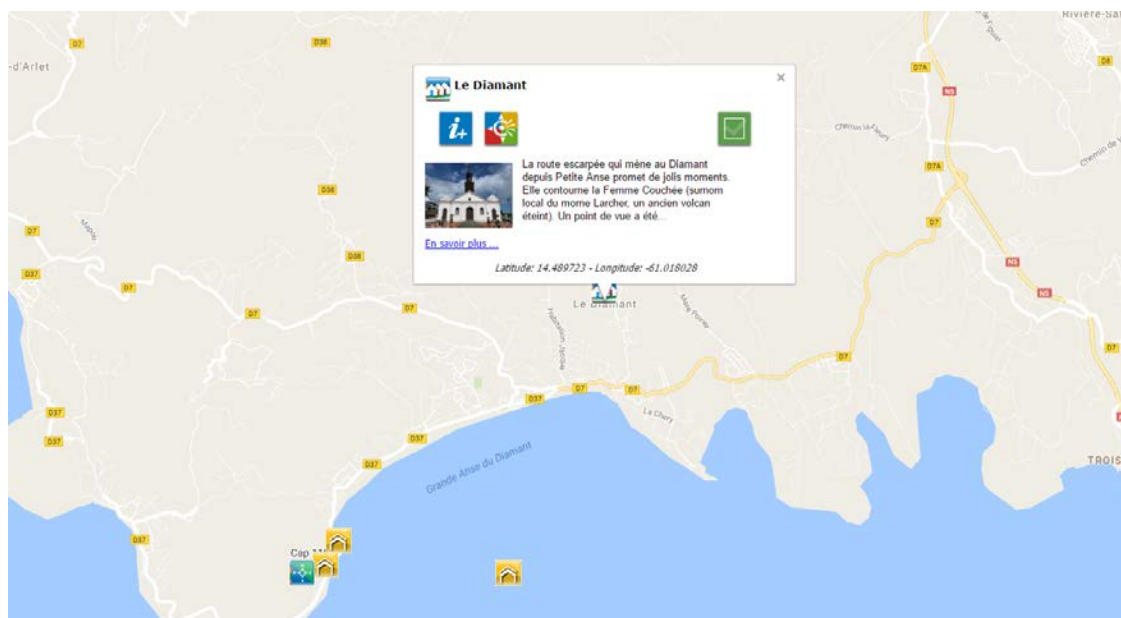
La création de la SCEA (société civile d'exploitation agricole) habitation Duchâtel, la structure a été crée le 1 novembre 2011 par Madame Julietta et Monsieur lienafa. Ils proposent la farine de manioc, et des produits maraichers comme la banane Plantin, le giraumon, les ignames et les jus de saisons, groseilles, prunes de Cythère. Elle propose des visites aux scolaires. Et met à disposition la location de la case à farine. Le surplus de la farine elle le vend sur un point de vente au François Le Vendredi et samedi.

Port.: [0696 33 38 44](tel:0696333844)

E-mail: sceahabitationduchatel@gmzil.com

LE DIAMANT

<http://www.odyssea.eu/town/map/le-diamant-5918>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	0
Culture & Patrimoine	3
Saveurs & Gastronomie	0
Nature & Découvertes	0
Sports, Loisirs & Bien-être	0
Balades & Itinéraires	1
Hébergements	0
Restauration	0
Evènement	0
Total	4

<http://www.odyssea.eu/town/listing/le-diamant-5918>

Le Diamant



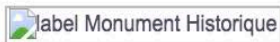
la maison du Bagnard (Intéressant)

Monuments

- Anses Caffard le diamant
- Latitude: 14.461591 - Longitude: -61.047596

Media

- Photo(s): 1



Elle doit son nom à son constructeur Médard Aribot. Il passa 15 ans au bagne. A sa sortie cet artiste illétré et taciturne s'installa au Diamant où il vécut de ses créations (sculptures de bateau, bustes...) Elle est inscrite aux monuments historiques en Octobre 2006



Le Diamant

Communes

- Le Diamant, Martinique
- Latitude: 14.489723 - Longitude: -61.018028

Media

- Photo(s): 1

La route escarpée qui mène au Diamant depuis Petite Anse promet de jolis moments. Elle contourne la Femme Couchée (surnom local du morne Larcher, un ancien volcan éteint). Un point de vue a été aménagé sur cette côte et offre un panorama époustouflant sur le rocher imposant qui a prêté son nom et son image à la vaste baie du Diamant.

À voir : Marché du Diamant, Mémorial de l'Anse Cafard, Plage de Dizac



Le Mémorial du Cap 110 (A voir absolument)

Monuments

Commémoration

- Anses Caffard le diamant
- Latitude: 14.464126 - Longitude: -61.046181

Media

- Photo(s): 1

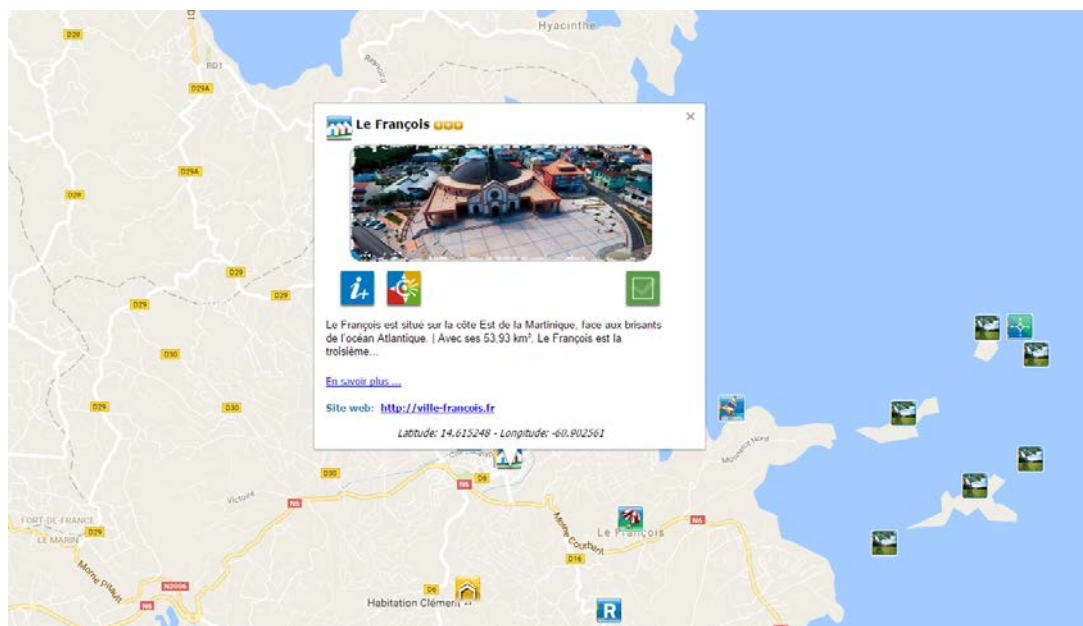
Le 08 Avril 1830, un navire négrier clandestin jetant l'ancre à l'Anse Caffard est victime d'une houle extrêmement violente qui se brise contre les récifs. En hommage à ce naufrage, le Mémorial du cap 110 de Laurent Valère fut édifié en 1998 à l'occasion du 150 eme anniversaire de l'abolition de l'esclavage.

Animation culturelles les 22 mai et 1 novembre entre autres.

Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique
Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des
12 communes

LE FRANÇOIS

<http://www.odyssea.eu/town/map/le-francois-5866>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	2
Culture & Patrimoine	1
Saveurs & Gastronomie	0
Nature & Découvertes	9
Sports, Loisirs & Bien-être	2
Balades & Itinéraires	3
Hébergements	0
Restauration	1
Evènement	1
Total	19

<http://www.odyssea.eu/town/listing/le-francois-5866>



Habitation Clément (A voir absolument)

Monuments

Maison créole dite de style "coloniale"

- Domaine de L'Acajou
- Latitude: 14.601983 - Longitude: -60.906872



L'Habitation Clément, habitation martiniquaise ouverte au public, est une maison créole dite de style « coloniale ». Sa structure, les meubles et la place qu'elle occupe sur l'exploitation racontent 200 ans d'histoire de la Martinique. Au détour d'une pièce on peut y découvrir des indices sur le mode de vie créole du 18ème siècle. Classées monument historique en 1996, la maison de maître se visite comme un musée.

L'ancienne distillerie, les chais, les entrepôts sont autant de points à découvrir.

Les rhums Cléments, vieux et blancs sont élaborés pour obtenir des saveurs subtiles appréciées par les connaisseurs du monde entier. La distillerie et les chais abritent environ 1,5 millions de litre de rhum en cours de vieillissement.

L'habitation Clément offre également des expositions permanentes et avec la création de la Fondation Clément des actions de mécénat en faveur des arts, du patrimoine culturel et de l'environnement sont régulièrement menées.

Un magnifique jardin de 17 ha borde les bâtiments principaux, où se côtoient une superbe palmeraie et des arbres centenaires. Au cours d'une ballade, plus de 300 espèces de plantes inventoriées enivrent les sens des visiteurs.

En 2015, l'Habitation Clément a obtenu le label "Jardin remarquable", qui vient primer ses 16 hectares de jardins ouverts au public.

Ce jardin doit être interprété comme une collection de plantes originaires des différentes régions tropicales du monde mis en espaces dans plusieurs lieux dédiés.

Créé sur les anciennes friches industrielles, vous pourrez y découvrir, entre autres, une palmeraie, un grand parc avec l'ancien moulin-à-bœufs où se trouve le verger tropical, un jardin des machines, un jardin des sculptures, etc.

es espaces sont ponctués par des mares qui accueillent aujourd'hui une faune aquatique.

Tarifs

Entrée adulte : 12,00 €
Entrée enfant 7-17 ans : 6,60 €
Entrée enfant -7 ans : Gratuit

Une tarification spéciale est pratiquée pour les groupes, les étudiants et les enfants.

Tel: 05 96 54 75 51

Site web: <http://www.habitation-clement.fr/>



Hôtel de Ville (Mérite le détour)

Mairie

- Le François, Martinique
- Latitude: 14.615259 - Longitude: -60.902748

Media

- Photo(s): 1

Construite par l'architecte Pierre-Henri Picq qui a également l'auteur de la bibliothèque Schoelcher.

Tel: 0596 54 30 02

Fax: 0596 54 14 77

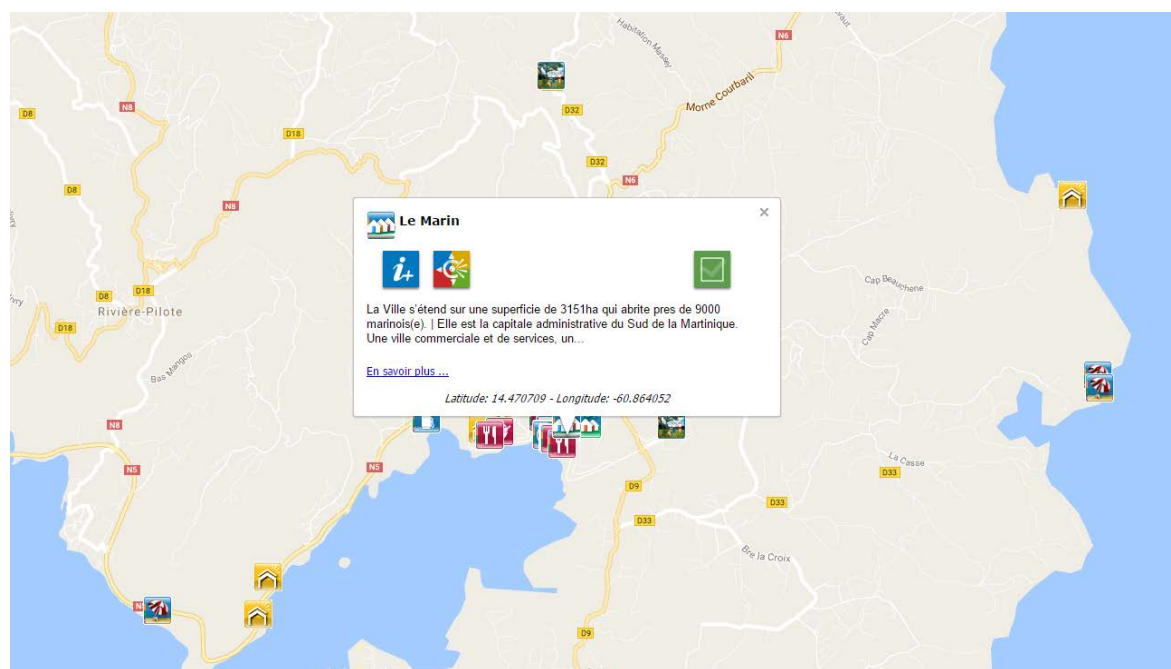
Site web: <http://www.ville-francois.fr/>

Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique

Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des 12 communes

LE MARIN

<http://www.odyssea.eu/town/map/le-marin-552>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	4
Culture & Patrimoine	4
Saveurs & Gastronomie	1
Nature & Découvertes	2
Sports, Loisirs & Bien-être	0
Balades & Itinéraires	0
Hébergements	1
Restauration	7
Evènement	0
Total	19

<http://www.odyssea.eu/town/listing/le-marin-552>



Annexe

Restaurants

- Le Marin, Martinique
- Latitude: 14.469420 - Longitude: -60.865334

Media

- Photo(s): 3

Restaurant de Pierrade situé au niveau du Port de Plaisance

Tel: +596 596 38 84 77

E-mail: lannexedumarin@gmail.com



Anse Grosse Roche (Mérite le détour)

Plages

- Le Marin, Martinique
- Latitude: 14.475196 - Longitude: -60.813709

Media

- Photo(s): 3

Elle doit son nom à la grosse roche qui la borde où se trouve un trou en forme de cœur.
Cette plage reste sauvage mais la baignade y est bien évidemment autorisée.
En période de vacances scolaires, le sous-bois devient un espace de camping.
Pour y accéder il faut se rendre à la plage de Cap Macré et marcher pendant 15 minutes.



Bred Banque Populaire

Postes / Banques

- Le Marin, Martinique
- Latitude: 14.472843 - Longitude: -60.874855

Distributeur automatique de billets

Tel: 08 20 33 62 54

Fax: +596 5 96 74 64 07

Site web: <http://agences.mobile.banquepopulaire.fr>



Cap Macré (Mérite le détour)

Plages

- Le Marin, Martinique
- Latitude: 14.474032 - Longitude: -60.813496

Media

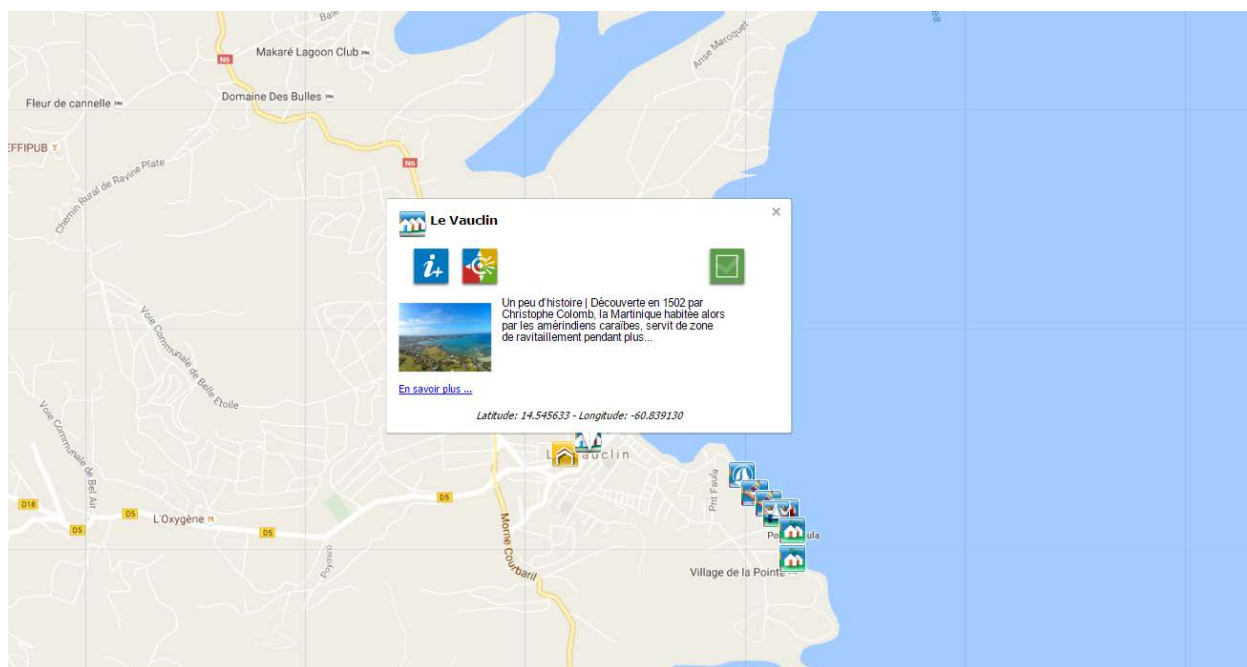
- Photo(s): 2

Avançant en pointe vers la mer, le Cap Macré est bordé sur toute sa longueur de deux très jolies plages (au nord, l'Anse Grosse Roche) qui se rejoignent à l'extrémité du Cap. On passe ainsi très facilement de l'une à l'autre. Toute la pointe est frangée de raisiniers, mais il suffit de faire quelques mètres vers l'intérieur, pour se retrouver à l'ombre du sous-bois dans lequel sont installés plusieurs espaces de pique-nique.

Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique
Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des
12 communes

LE VAUCLIN

<http://www.odyssea.eu/town/map/le-vaucelin-5925>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	4
Culture & Patrimoine	0
Saveurs & Gastronomie	0
Nature & Découvertes	2
Sports, Loisirs & Bien-être	0
Balades & Itinéraires	0
Hébergements	4
Restauration	0
Evènement	2
Total	12

<http://www.odyssea.eu/town/listing/le-vauclyn-5925>



Centre équestre Monely

Centres équestres

- Macabou Le Vauclin, Martinique
- Latitude: 14.513064 - Longitude: -60.823853

En pleine nature, le centre équestre Monely vous propose des promenades exceptionnelles.

Tel: 05 96 74 33 34

Port.: 06 96 94 19 02



Fête du nautisme

Événements Nautiques

- Le Vauclin, Martinique
- Latitude: 14.542061 - Longitude: -60.829777

Media

- Photo(s): 1

Organisée le deuxième week-end de juin, partout en France, sur les côtes, les plans d'eau intérieurs et les rivières, la Fête du Nautisme est devenue un rendez-vous nautique incontournable au Vauclin.

Cette manifestation est l'occasion de découvrir la palette des activités nautiques et de rencontrer les acteurs du secteur. C'est aussi, une façon de mieux connaître notre patrimoine culturel et maritime.

Dans un esprit de convivialité, la Fête du Nautisme s'adresse à tous, débutants ou confirmés, jeunes ou moins jeunes, sportifs ou pratiquants d'un jour.

Découvrir les loisirs et sports nautiques dans leur diversité : plongée sous marine, voile, aviron, canoë-kayak, motonautisme, planche à voile, kitesurf,... (Gratuitement),

Au programme de cette journée, une foule d'animations à vivre en solo ou en famille !
Initiations, démonstrations, expositions, ateliers, ...

Des acteurs du secteur nautique fortement mobilisés : Clubs, écoles, bases nautiques, associations, professionnels du tourisme,...

Chaque année, la Fête du Nautisme mobilise des centaines d'acteurs locaux et des milliers de bénévoles.

Tel: 05 96 74 15 37 / 05 96 74 39 46



Foire aux crabes

Événements

- Le Vauclin, Martinique
- Latitude: 14.547191 - Longitude: -60.837391

Tous les ans, le samedi précédant les fêtes de pâques, l'Office de Tourisme du Vauclin organise la foire aux crabes. Ce concept a vu le jour en 1995 et dès la première année ce fut un vif succès. Au fil des ans, cette manifestation progresse de manière constante dans une ambiance de fête et de bonne humeur. Aujourd'hui, nous accueillons plus d'un millier de visiteurs.

La fête se déroule sur le front de mer sous des chapiteaux et a pour objectif :

Protection de l'environnement

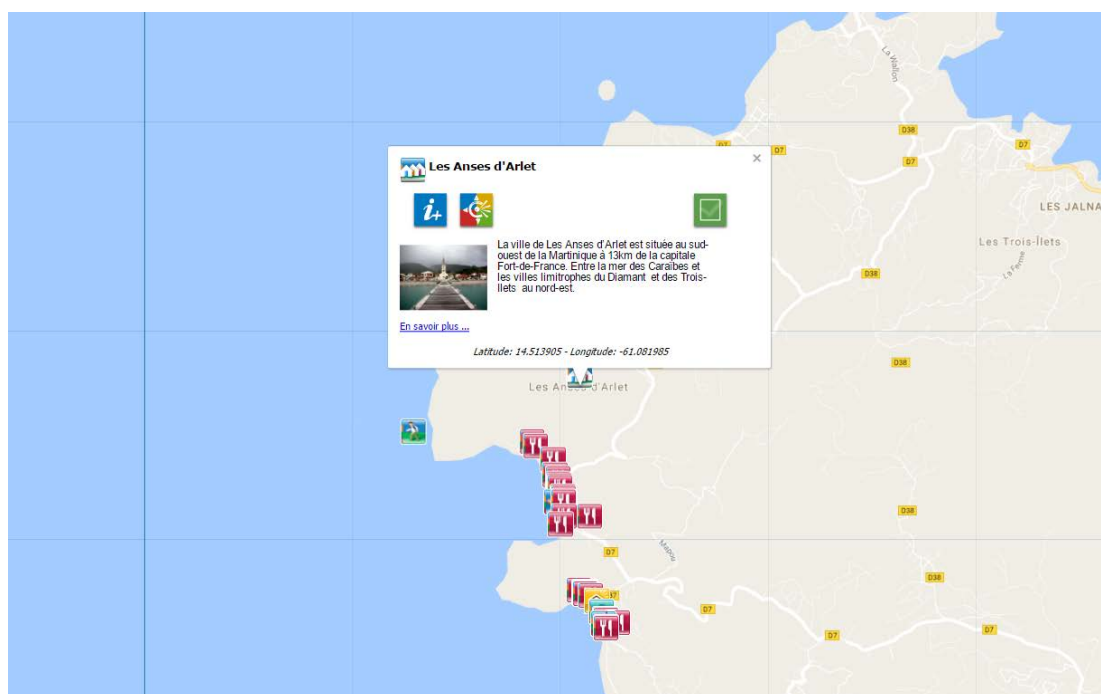
Sensibiliser à la protection des espèces animales et végétales de la mangrove.

Valorisation touristique

Faire découvrir ou **redécouvrir** la mangrove

LES ANSES D'ARLET

<http://www.odyssea.eu/town/map/les-anses-d-arlet-5928>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	3
Culture & Patrimoine	1
Saveurs & Gastronomie	0
Nature & Découvertes	1
Sports, Loisirs & Bien-être	1
Balades & Itinéraires	0
Hébergements	0
Restauration	30
Evènement	0
Total	36

<http://www.odyssea.eu/town/listing/les-anses-d-arlet-5928>



Abbyss Plongée

Plongée

- 1 Allée des Cocotiers, Les Anses d'Arlet, Martinique
- Latitude: 14.499446 - Longitude: -61.082802

ABYSS PLONGEE est un club de plongée situé sur la côte Sud Caraïbes dans la Commune des Anses d'Arlet.

Notre capacité de 8 plongeurs permet à Filipo moniteur brevet d'état et PADI de vous accueillir dans la bonne humeur Caraïbienne et de vous établir une plongée ou une formation à la carte en toute sécurité.

Notre situation géographique rend accessible à moins de 5mn la majorité des sites de plongée des Anses d'Arlet, considérée comme l'un des spots de plongée de Martinique. Le rocher du Diamant, bijou de notre île se situe à moins de 20 mn de navigation. Vous découvrirez avec nous la plongée mais aussi l'ambiance authentique de la Commune, ses traditions, ses anciens, ses milans,

Tel: 06 96 83 59 95

E-mail: abyssplongee@hotmail.fr



Anses d'Arlet plongée

Plongée

- Les Anses-d'Arlet, Martinique
- Latitude: 14.490300 - Longitude: -61.078876

Centre de plongée sous-marine situé au 10 rue Docteur Morestin, derrière le marché couvert du Bourg.

Port.: 06 96 40 72 00

E-mail: andrecammarota@hotmail.com



Au pied du Morne Champagne

Restaurants

- Les Anses-d'Arlet, Martinique
- Latitude: 14.491988 - Longitude: -61.082050

14 rue du Morne Champagne.

Cuisine créole.

Tel: 05 96 68 60 26



Bidjoul

Restaurants

- Les Anses-d'Arlet, Martinique
- Latitude: 14.502827 - Longitude: -61.084198

Recommandé par le Guide du Routard et le Petit Futé. Stephen et son équipe vous propose des langoustes grillées, pizzas, glacier et spécialités créoles.

Tel: 05 96 68 65 28

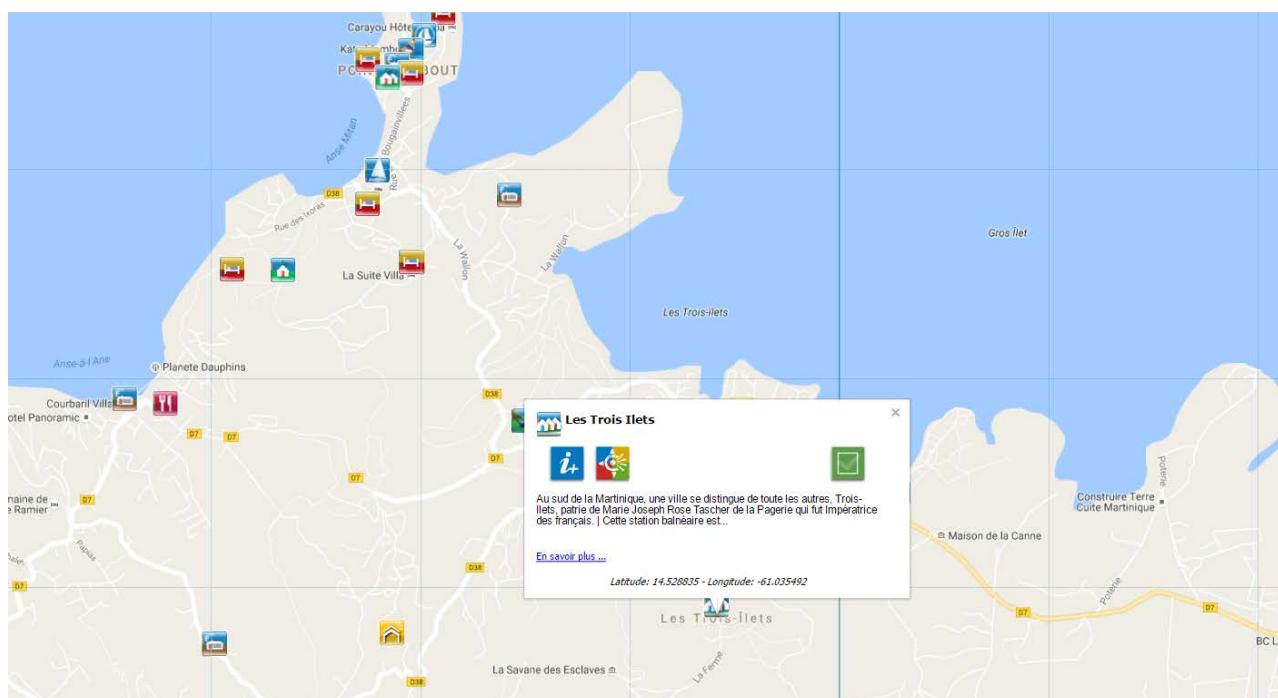
Port.: 06 96 22 15 34

Fax: 05 96 68 73 42

E-mail: restaurant.bidjoul@yahoo.fr

LES TROIS ILETS

<http://www.odyssea.eu/town/map/les-trois-ilets-5848>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	3
Culture & Patrimoine	3
Saveurs & Gastronomie	0
Nature & Découvertes	2
Sports, Loisirs & Bien-être	3
Balades & Itinéraires	0
Hébergements	16
Restauration	2
Evènement	0
Total	29

<http://www.odyssea.eu/town/listing/les-trois-ilets-5848>



Eglise Notre Dame de la Bonne Délivrance (A voir absolument)

Monuments Religieux

- Les Trois-Îlets, Martinique
- Latitude: 14.538802 - Longitude: -61.034168



Située sur la place centrale de la commune, l'Eglise " Notre Dame de la Bonne Délivrance " a été construite en 1724 sur le terrain cédé par le Sieur de Montigny. L'Eglise de Trois Ilets est célèbre pour avoir été la paroisse où se déroulèrent trois cérémonies qui unirent la famille de l'Impératrice Joséphine dans la joie et les peines: le mariage de ses parents en 1761, son baptême en 1763 et les funérailles de sa mère en 1807. C'est la raison pour laquelle cet édifice a été classé monument historique en totalité par arrêté en date du 5 janvier 1993.

Tel: 0596 68 31 47



Espace Plongée Martinique

Loisirs nautiques

Plongée

- Les Trois-Îlets, Martinique
- Latitude: 14.557082 - Longitude: -61.051540

Media

- Photo(s): 1

Espace Plongée Martinique est un club de plongée situé sur la commune touristique des *Trois-Îlets*. Il vous propose des sorties plongée sur la côte *Caraiïbe* (à l'abri du vent et des vagues) du nord (*Saint-Pierre / Le Prêcheur*) au sud (*Anses d'Arlets / Rocher du Diamant*). Les sorties se font sur une demi journée (pour le sud) et une journée pour le nord.

Découvrez la beauté des **fonds sous marins** martiniquais ainsi qu'une faune colorée et majestueuse. Laissez vous émerveiller par les **épaves** datant de l'éruption volcanique à Saint-Pierre telle que le *Roraïma*. Découvrez aussi le spectacle magique du plancton fluorescent lors des plongées de nuit. Profitez d'amener vos appareils photos sous marins si vous en possédez, vous ramènerez des souvenirs formidables !

Le club de plongée EPM

Le club mettra à votre disposition un matériel récent et parfaitement entretenu ainsi qu'une équipe d'encadrants brevetés compétents et connaissant parfaitement tous les **spots de plongée en Martinique**. Les bateaux, rapides, robustes et conviviaux (Taud, plage soleil, douchette d'eau douce, blocs à bord), vous accompagneront pour toutes les sorties en totale sécurité et dans un bon confort.

Plongées de nuit, épaves, formations pour tous les niveaux, plongées handisport, plongées enfants ... le club *Espace Plongée Martinique* vous offre tout ce que vous pouvez rechercher en matière de **plongée sous marine en Martinique**. Mais la plongée en elle même n'est pas tout ! Chez EPM, nous assurons aussi une excellente ambiance dans un esprit de camaraderie bien développé lors de nos sorties, qu'il s'agisse de journée ou de demi-journée.

Tel: 0596 66 01 79

Port.: 0696 25 11 90

Fax: 0596 66 01 79

Site web: <http://epm972.fr>



Forêt de Vatable (Mérite le détour)

Les Espaces Naturels

- Les Trois-Îlets, Martinique
- Latitude: 14.534547 - Longitude: -61.025963

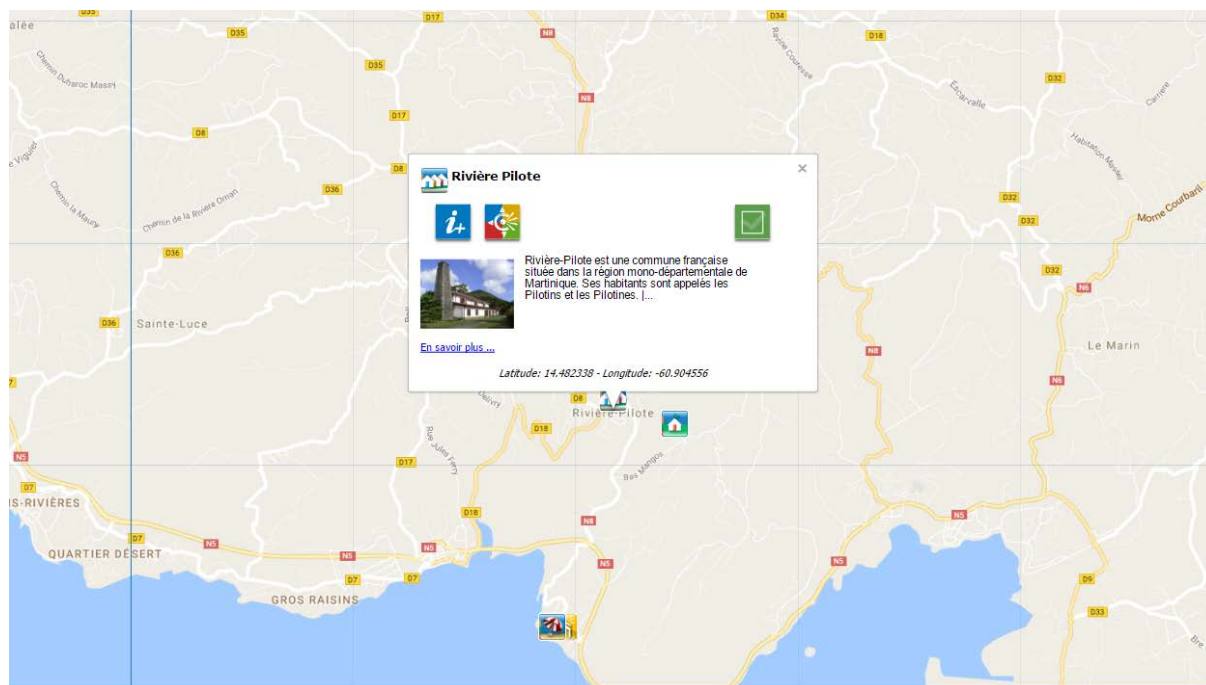
Media

- Photo(s): 1

La forêt de Vatable, domaine aménagé, se situe un peu avant le bourg des Trois-Îlets. Cette forêt du littoral est sur les terres de l'ancienne habitation Vatable et l'entrée se trouve juste en face la Maison de Maître.

RIVIERE-PILOTE

<http://www.odyssea.eu/town/map/riviere-pilote-5921>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	1
Culture & Patrimoine	1
Saveurs & Gastronomie	0
Nature & Découvertes	0
Sports, Loisirs & Bien-être	0
Balades & Itinéraires	0
Hébergements	1
Restauration	1
Evènement	0
Total	4

<http://www.odyssea.eu/town/listing/riviere-pilote-5921>



Anse Figuier

Plages

- Rivière-Pilote, Martinique
- Latitude: 14.460343 - Longitude: -60.910473

Sur la route des plages du sud, la plage de l'Anse Figuier est une étape qui vaut le détour. Lieu idéal pour un bon moment en famille, installés sur la grande pelouse à l'ombre des cocotiers et de nombreux arbres. L'eau de l'Anse Figuier est calme, et les fonds sous-marins sont très beaux, n'oubliez pas votre masque ! Vous pourrez également visiter l'Ecomusée de Martinique, aménagé dans une ancienne distillerie où ont été rassemblés les vestiges de l'époque caraïbe trouvés sur la plage en 1992. Quelques jeux pour enfants (toboggan, balançoires...), des tables de pique-nique et des carquets sont à votre disposition. -



Creperie Guinot

Restaurants

- Rivière-Pilote, Martinique
- Latitude: 14.486280 - Longitude: -60.901123

Ce food truck est une véritable institution et les visiteurs viennent de toute l'île pour y déguster des crêpes aux saveurs inédites telles que la crêpe au lambi.

Tel: 0696 85 22 51



Ecomusée de la Martinique (Mérite le détour)

Musées

- Rivière-Pilote, Martinique
- Latitude: 14.460360 - Longitude: -60.909401

L'Ecomusée de la Martinique a été mis en place en 1993 par l'AMPATP (Association Martiniquaise de Promotion et de Protection des Arts et Traditions Populaires).

Cette association avait été sensibilisée dès 1981 par trois faits majeurs qui touchaient à la vie domestique traditionnelle :

— La disparition ou la très forte diminution quantitative ou qualitative des métiers liés à l'écom traditionnelle (forgeron, charpentier, vannier...), et par incidence, l'abandon, la perte de l'outillage et des savoir-faire s'y attachant,

— L'installation, puis la domination de toute la sphère sociale par un fonctionnement de type consommatoire, alimenté par des comportements sociaux tournés vers les produits importés.

— la mise à l'écart ou la destruction pure et simple des objets et des biens issus du terroir martiniquais, la banalisation voire le mépris pour la valeur, les savoir-faire et les coutumes qu'ils représentaient.

Afin de sauvegarder ce patrimoine, une collecte d'objets avait été diligentée sur quatre communes du Sud de l'île, dont Rivière-Pilote.

Pour mettre en valeur et préserver les résultats de cette collecte, l'association, avec l'aide de la municipalité de Rivière-Pilote, a installé ces collections dans une ancienne distillerie restaurée couvrant 900m² environ, située dans un parc de 3 500 m² sur la plage de l'Anse Figuier.

Lors du curage de la ravine traversant le site, des objets précolombiens ont été découverts révélant un riche site de la période saladoïde (Arawaks).

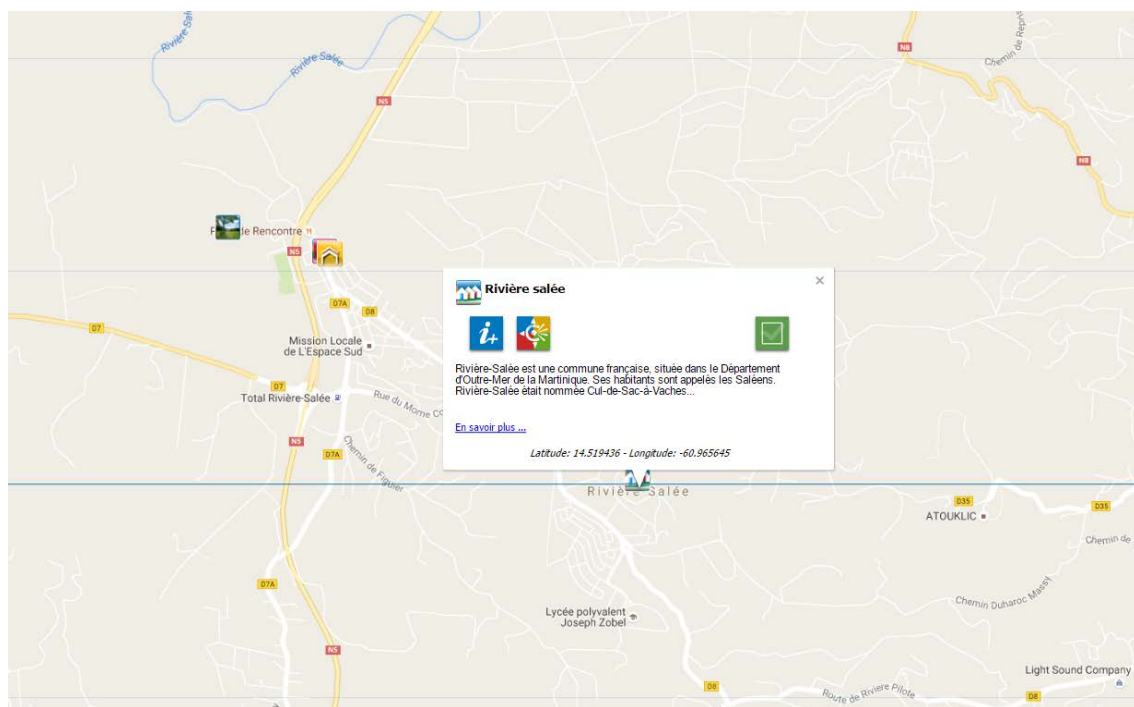
L'Ecomusée présente ainsi des collections variées allant de la préhistoire amérindienne à nos jours, en passant par les débuts de la colonisation française et son économie tournée vers les cultures du coton, du tabac et de l'indigo ; la période esclavagiste et les grandes cultures de la canne à sucre, de café, et de cacao ; le temps des usines centrales, et plus tard, l'avènement de l'économie bananière.

L'Ecomusée qui est devenu musée régional en avril 1998, grâce à la généreuse donation de l'AMPATP est avant tout l'histoire vivante de notre culture et de notre communauté. Il propose une collection muséographique sélectionnée qui comporte, non seulement des objets trouvés lors de fouilles archéologiques, mais aussi des objets, témoins de savoir-faire ancestraux.

Il réunit par ailleurs de nombreux éléments qui rythmaient la vie quotidienne des martiniquais, aux alentours des années 50-60 (habitat, meubles, bibelots, vaisselle, vêtements... permettant de garder en mémoire et de relier entre eux les gestes et comportements à partir

RIVIERE-SALEE

<http://www.odyssea.eu/town/map/riviere-salee-5920>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	1
Culture & Patrimoine	2
Saveurs & Gastronomie	1
Nature & Découvertes	1
Sports, Loisirs & Bien-être	0
Balades & Itinéraires	1
Hébergements	0
Restauration	0
Evènement	0
Total	6

<http://www.odyssea.eu/town/listing/riviere-salee-5920>



la campagne saléenne

Balades & Itinéraires

- Rivière-Salée, Martinique
- Latitude: 14.519436 - Longitude: -60.965645

A quelques minutes des plages, l'intérieur des terres offre des panoramas superbes et inattendus sur la baie de Fort de France. L'intérieur des terres offre également une immersion dans la Martinique profonde du sud, avec les jardins créoles attenants aux maisons. Fruits et légumes s'offrent en à la vue au détour d'une petite route de campagne



La mangrove

Loisirs nautiques

Une escale "chlorophylle" sur la route des plages

- Rivière-Salée, Martinique
- Latitude: 14.519436 - Longitude: -60.965645

La mangrove de Rivière-Salée trait d'union entre la terre et la mer donne toute sa singularité à la Commune. Cette forêt humide qui dialogue en permanence avec la mer s'étend sur environ 400 hectares. Elle offre une faune et une flore exceptionnelle qui témoignent de la merveilleuse adaptation de la nature à son environnement. Le palétuvier ou le carbe zagaya en sont de bons exemples. La mangrove est à découvrir en kayak pour ceux qui en ont le temps ou en canot pour les plus pressés, avec Kayak Aventure Mangrove

Tel: 0596 54 56 09
Port.: 0696 225 428 ou 0696 404 942
E-mail: kayak.aventure.mangrov.972@orange.fr
Site web: <http://www.kayakaventuremangrove.com>



La Mangrove

Les Espaces Naturels

une escale « chlorophylle » sur la route des plages

- Rivière-Salée, Martinique
- Latitude: 14.531914 - Longitude: -60.986820

La mangrove de Rivière-Salée le trait d'union entre la terre et la mer donne toute sa singularité à la commune. Cette forêt humide qui dialogue en permanence avec la mer s'étend sur environ 400 hectares. Elle offre une faune et une flore exceptionnelle qui témoignent de la merveilleuse adaptation de la nature à son environnement. Le palétuvier ou le crabe zagaya en sont de bons exemples. La mangrove est à découvrir en kayak pour ceux qui en ont le temps ou en canot pour les plus pressés.

Kayak aventure mangrove propose des visites de la Mangrove.

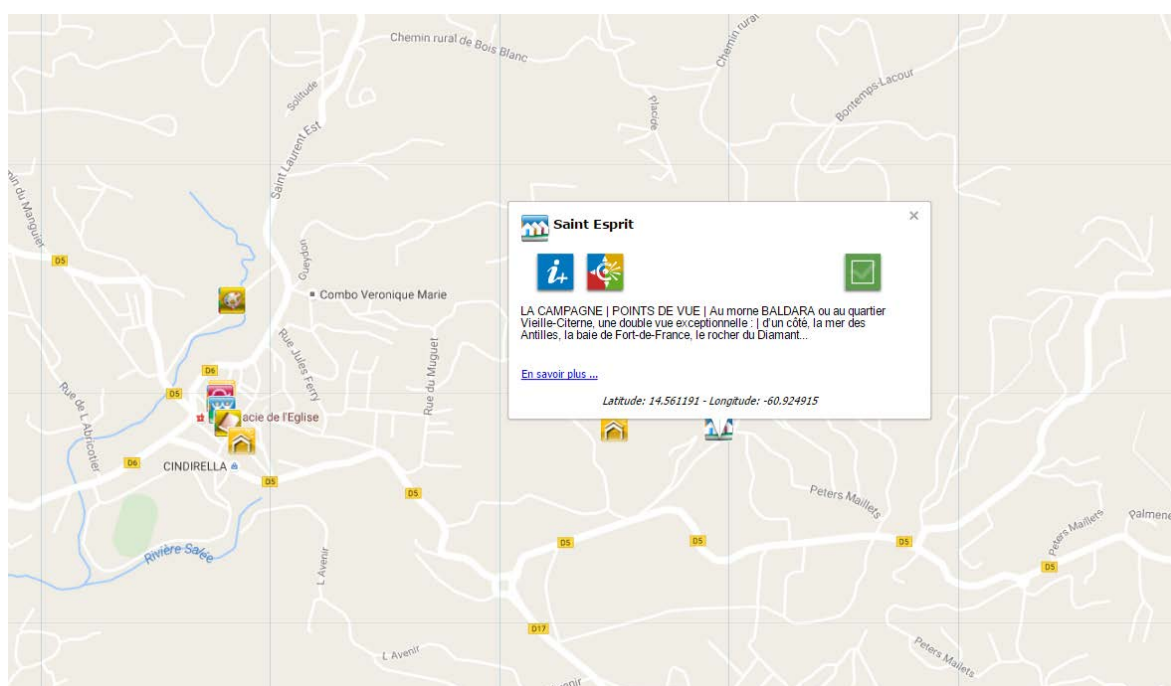
Les départs se font au quartier Cocotte à Ducos en attendant que la rivière Salée soit à nouveau accessible à partir du quartier Lafayette.. Dépaysement garanti dans cette nurserie et ce refuge pour de nombreuses espèces, grand réservoir de biodiversité. Un incontournable pour découvrir une autre facette de la Martinique.

Tel: 0596 54 56 09
Port.: 0696 225 428/0696 404 942
E-mail: kayak.aventure.mangrov.972@orange.fr
Site web: <http://www.kayakaventuremangrove.com>

Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique
 Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des
 12 communes

SAINT-ESPRIT

<http://www.odyssea.eu/town/map/saint-esprit-5924>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	0
Culture & Patrimoine	5
Saveurs & Gastronomie	1
Nature & Découvertes	0
Sports, Loisirs & Bien-être	0
Balades & Itinéraires	0
Hébergements	0
Restauration	0
Evènement	1
Total	7

<http://www.odyssea.eu/town/listing/saint-esprit-5924>



Calvaire du Morne Gommier (Intéressant)

Monuments Religieux

- Chemin du Calvaire, Saint-Esprit, Martinique
- Latitude: 14.561171 - Longitude: -60.927425

Le 30 juillet, 1948, Joseph HAYOT, propriétaire de l'habitation « AVENIR » devait prendre l'hydravion Latécoère, pour se rendre en France avec un certain nombre de riches dévôts pour ramener la vierge de Boulogne.

L'avion disparut en mai le 31 juillet, mais sans Joseph HAYOT qui avait raté le départ.

En signe de reconnaissance envers DIEU, il fit ériger une croix de calvaire au sommet du morne Gommier qui lui appartenait, avant d'en faire don au diocèse pour un chemin de croix.



Duchâtel (Mérite le détour)

Promenade

- Saint-Esprit, Martinique
- Latitude: 14.577577 - Longitude: -60.933563

Media

- Photo(s): 5

Quartier Duchâtel : un chemin qui conduit au barrage de la MANZO, un lac de quiétude après la randonnée entre champs de bananes, de canne à sucre, et autres productions agricoles.



Eglise (Mérite le détour)

Monuments Religieux

- Saint-Esprit, Martinique
- Latitude: 14.560859 - Longitude: -60.936333

Media

- Photo(s): 1

Située, à la rue du Capitaine-Pierre-Rose, elle est protégée en totalité au titre des Monuments Historiques par arrêté du 16 mars 1995, y compris le parvis et son emmarchement.

Implantée sur une butte, une vingtaine de marches permet d'accéder à l'église du « SAINT-ESPRIT » à la façade baroque, comportant une entrée principale et deux latérales encadrées de pierres de taille.

Son architecture qui résulte de sa reconstruction au tout début du 20^{ème} siècle, se caractérise par une association de bois et de maçonnerie, la ventilation étant assurée par de larges fenêtres ouvertes sur l'extérieur

L'édifice a en effet subi les assauts de divers cataclysmes, cyclones, tremblements de terre dont celui de 1839 qui a provoqué son effondrement.

Après sa démolition par le cyclone de 1891, il a fallu attendre 1903, que les premiers travaux de reconstruction de l'église actuelle commencent. La première pierre fut bénie le 16 mars 1903, par Monseigneur de CORMONT.

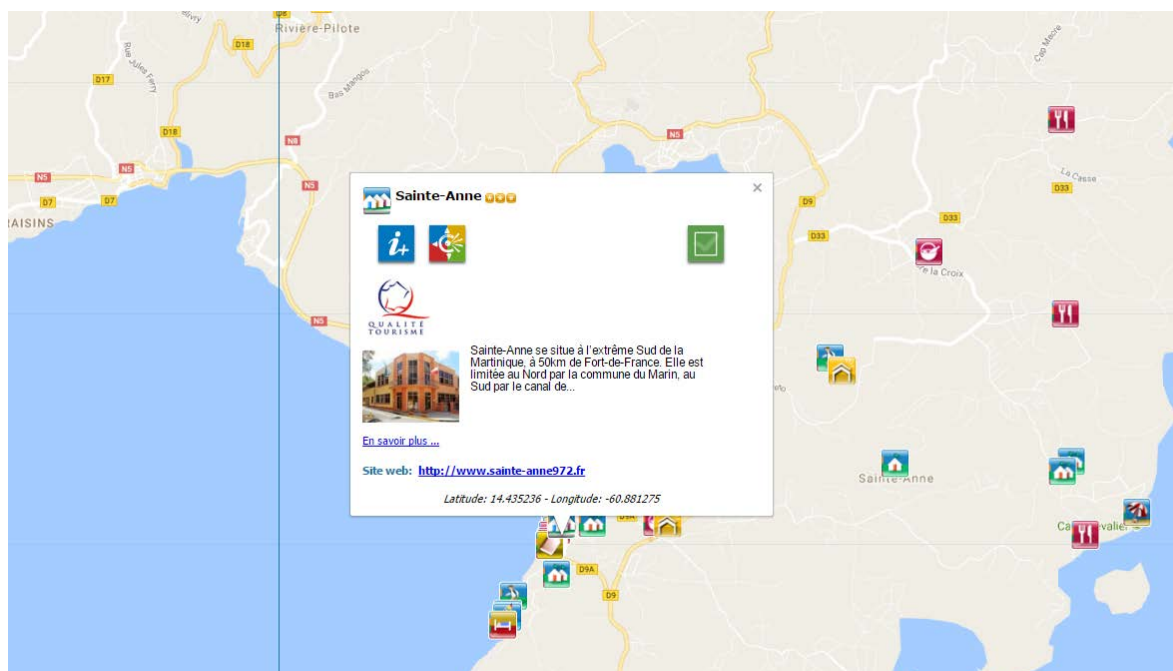
Le clocher, de 55 m de haut à l'origine, recouvert d'ardoise de jadis, a diminué au fil des réparations.

Il abrite 4 cloches, dont la fameuse « Sébastopol » ramenée de Russie, un trophée de la guerre de Crimée de 1855, offert par un

Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique
 Inventaire du patrimoine, des paysages, du savoir-faire, des us et coutumes des
 12 communes

SAINT-ANNE

<http://www.odyssea.eu/town/map/sainte-anne-5922>



Escales & services touristiques	Nombre
Nautique	6
Culture & Patrimoine	4
Saveurs & Gastronomie	4
Nature & Découvertes	4
Sports, Loisirs & Bien-être	0
Balades & Itinéraires	0
Hébergements	9
Restauration	8
Evènement	0
Total	35

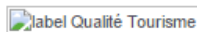
<http://www.odyssea.eu/town/listing/sainte-anne-5922>



Camping de la Pointe Marin

Campings & Résidences de Loisirs

- Sainte-Anne, Martinique
- Latitude: 14.442551 - Longitude: -60.879787



Camping municipal situé sur la plage de la Pointe Marin

Tarifs

Tel: 0596 76 72 79
Port.: 0696 35 53 07
Fax: 0596 76 76 95
E-mail: ketty.pascalin@mairie-sainte-anne.fr



Cap Chevalier (A voir absolument)

Plages

- Sainte-Anne, Martinique
- Latitude: 14.436317 - Longitude: -60.826263

Media

- Photo(s): 2

Situé sur la côte atlantique avec l'îlet Chevalier à droite, la barrière de corail en face, plusieurs anses offrent des paysages multicolores. Les familles pourront se prélasser à l'ombre de la cocoteraie ou des raisiniers de bord de mer, tandis que pour les plus sportifs pratiqueront le kite-surf, le kayak ou la planche à voile. L'îlet Chevalier accessible par bateau, est un îlet protégé, doté d'un magnifique sentier de balade et entouré en partie de fonds blancs. Vous pourrez pique-niquer à l'ombre d'arbres entrelacés. Il existe également les îlets de la réserve ornithologique.



Caramel

Résidences & Villages de Vacances

Résidence hôtelière

- Sainte-Anne, Martinique
- Latitude: 14.435319 - Longitude: -60.878273

Résidence située au quartier Derrière Morne

Port.: 0696 73 41 33



Caritan (A voir absolument)

Plages

- Sainte-Anne, Martinique
- Latitude: 14.426895 - Longitude: -60.886353

Media

- Photo(s): 1

A la sortie du bourg de Sainte-Anne, via le marché local, vous trouverez un dédale de petites criques d'eau limpide. Des activités

<http://www.odyssea.eu/town/listing/sainte-luce-5923>



Corps de garde (Mérite le détour)

Plages

- Sainte-Luce, Martinique
- Latitude: 14.465723 - Longitude: -60.941692

Site aménagé pour la pratique sportive. Des restaurants et bars se dressent le long de la plage. Le site est particulièrement prisé lors de compétitions de gommiers.

Sainte-Luce terre de gommier

Le gommier, se rapprochant de la pirogue est une embarcation typique de la Martinique qui tire son nom de l'arbre « gommier ». Autrefois le gommier était un moyen de navigation entre les îles pour les indiens caraïbes, qui s'en servaient aussi pour la pêche.

Aujourd'hui, le peuple Martiniquais et plus particulièrement les Lucéens ont conservé cette embarcation pour en faire des régates de gommiers (courses). Le bateau traditionnel qui peut mesurer jusqu'à 7 mètres , a été aménagé d'une voile, et conserve son équilibre grâce aux « bois dressés »

Deux fois par an , les passionnés se retrouvent pour les deux plus grandes régates : TRAIT D UNION ET LA TRAVERSEE

Site web: <http://www.sainte-luce.fr>

Media

- Photo(s): 2
- Video
- Document PDF



Eglise de Sainte Luce

Monuments Religieux

- Sainte-Luce, Martinique
- Latitude: 14.468841 - Longitude: -60.919254

Réhabilitation de l'église de Sainte Luce.
Budget 2.6 millions d'euros.
Couverture en cuivre. Charpente apparente.

Paroisse fondée en 1671
Fête patronale : 13 décembre

Site web: <http://www.coalys.eu/couverture.html>

Media

- Photo(s): 4



Forêt de Montravail

Tourisme Rural

- Montravail, Sainte-Luce, Martinique
- Latitude: 14.495912 - Longitude: -60.927483

A environ 4 kilomètres au nord du bourg, d'une superficie de 70 hectares environ, la forêt Montravail constitue un des massifs forestiers publics les plus importants du Sud de la Martinique.

Avec une altitude moyenne de 250 mètres, cette forêt bénéficie d'un climat humide. Traversée par de nombreuses ravines et avec des versants pentus, elle joue un rôle important dans la protection des sols et la régulation du réseau hydrographique local.

Pour y accéder il faut rouler sur la route Départementale 17 en direction du quartier Epinay.

Le peuplement végétal est essentiellement composé de mahoganys hybrides et de quelques pins caraïbes. Toutefois, on distingue également des essences martiniquaises remarquables : fromager, olivier, bois-blanc, bois rivière... et l'unique fromager, géant de la forêt avec une circonférence de 5,50 mètres.

Le public est accueilli dans de bonnes conditions grâce à des équipements de qualité (parkings, mobilier, sanitaires...). C'est aussi un lieu de pique-nique, de jeux et de randonnées.

Exposition permanente:

Media

- Photo(s): 3

ESPACE SUD MARTINIQUE HORIZON 2020



COMMUNES CONCERNÉES

LES ANSES D'ARLET, LE DIAMANT, DUCOS, LE FRANÇOIS, LE MARIN,
RIVIÈRE-PILOTE, RIVIÈRE-SALÉE, LE SAINT-ESPRIT, SAINTE ANNE,
SAINTE LUCE, LES TROIS-ILETS, LE VAUCLIN