

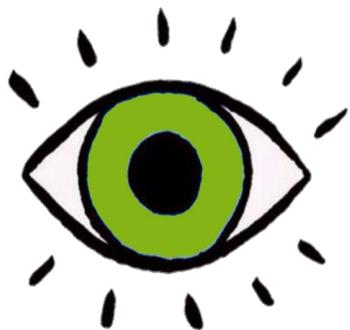
Assistance à maîtrise  
d'Ouvrage pour la définition  
collective du positionnement  
et de la stratégie marketing  
du Littoral  
en Occitanie



# **CHIFFRES ET DONNEES CLES DU LITTORAL D'OCCITANIE**

# CHIFFRES ET DONNEES CLES DU LITTORAL D'OCCITANIE

## Le littoral d'OCCITANIE, levier et moteur du développement économique de la Région



- ⇒ 2<sup>ème</sup> Région la plus ensoleillée de France avec **200 jours d'ensoleillement par an.**
- ⇒ **Une accessibilité aisée** : 3 aéroports (Montpellier 15<sup>ème</sup> aéroport français avec 1,87 millions de passagers, Perpignan Sud de France 463.000 passagers, Béziers Cap d'Agde-Hérault-Occitanie, 234.000 passagers), un réseau autoroutier performant (A9, A75, A61, A54,...), TGV. **Proximité de l'aéroport de Barcelone avec plus de 50 millions de passagers.**
- ⇒ **4 départements littoraux** (Pyrénées Orientales, Aude, Hérault, Gard.
- ⇒ **4 villes retro-littorales** Montpellier Méditerranée Métropole, 7<sup>ème</sup> ville de France avec 434.101 hbts et 607.896 pour l'Aire Urbaine, Perpignan Méditerranée Métropole, Béziers et Narbonne et **2 Villes d'attractivité mondiale** à moins d'une heure du littoral : **Nîmes et Carcassonne.**
- ⇒ **Un littoral de près de 220 kilomètres de long**, 54 communes littorales, **20 stations** dont **7 stations balnéaires de la Mission Racine** : Port-Camargue, La-Grande-Motte, Le Cap d'Agde, Gruissan, Port-Leucate, Port-Barcarès, Saint-Cyprien-Plage, **70 ports de plaisance** (maritimes, lacustres, et fluviaux), **30.000 anneaux** (135 ports et près de 60.000 anneaux pour le littoral de PACA), **Port-Camargue, plus grande marina d'Europe.**

# CHIFFRES ET DONNEES CLES DU LITTORAL D'OCCITANIE

## Le littoral d'OCCITANIE, levier et moteur du développement économique de la Région



- ⇒ **1ère flottille française de pêche** de la Méditerranée avec ses 3 ports maritimes en propriété : Sète, Port-la-Nouvelle, Grau du Roi. **10% de la production conchylicole nationale** avec 530 exploitations (Thau, Leucate).
- ⇒ **Une qualité environnementale et une biodiversité remarquables** : 1er parc naturel marin de Méditerranée de Cerbère à Leucate, le site classé de l'anse de Paulilles, de nombreuses réserves naturelles, 25% du littoral est la propriété du conservatoire du littoral, 1<sup>ère</sup> région pour la labellisation des Pavillons Bleus, 40.000 ha d'étangs et de lagunes, de nombreuses espèces végétales et animales, PNR de la Narbonnaise,...
- ⇒ **Un « terrain de jeu nautique et de glisse »**, top 10 mondial des destinations sports de glisse (kitesurf, windsurf, stand up paddle, voile, kayak de mer, char à voile, wakeboard...).  
Le littoral d'Occitanie berceau du Kite Surf totalise **19 spots officiels**.  
**C'est une filière dynamique : 120 acteurs économiques, 1.000 emplois, plus de 15.000 pratiquants.**  
13M d'€ de CA réalisés par les acteurs de la glisse sur le seul territoire de Leucate. **Une structure « école de voile » à minima tous les 20 kilomètres sur tout le littoral régional.** Un littoral dynamique : les structures affiliées à la Ligue de Voile Occitanie organisent sur une année **près de 300 événements** sur le littoral et sur les plans d'eau intérieurs.

# CHIFFRES ET DONNEES CLES DU LITTORAL D'OCCITANIE

**Le littoral d'OCCITANIE,  
levier et moteur du  
développement  
économique de la Région.**



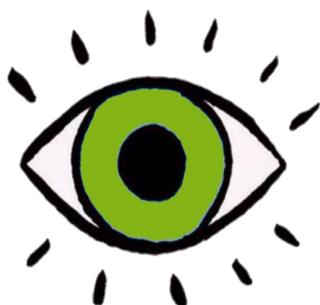
- ⇒ **De gros évènements « glisse » parmi les plus importants d'Europe :**
  - le mondial du Vent, 160.000 spectateurs sur les 6 jours de compétition, 4,7 M d'€ de retombées médiatiques,
  - le Défi Kite et le Défi Wind avec 100.000 spectateurs au total pour les 2 Events,
  - le Festikite Hydrofoil Pro Tour avec 25.000 spectateurs.
- ⇒ La plus importante fête des traditions maritimes de Méditerranée « **Escale à Sète** » avec près de 300.000 visiteurs pour l'édition 2018 et 10 à 12 millions d'euros de retombées directes sur le territoire pendant l'événement (source CCI Hérault).
- ⇒ **Le port de croisière de Sète** en croissance avec près de 125.000 passagers en 2018 contre 24.000 en 2014.
- ⇒ **1er Parlement de la Mer en France** créé en 2013, un **Plan Littoral 21** visant à donner un nouvel élan économique à ce territoire et à façonner le littoral d'Occitanie du XXIème siècle (plan d'urgence de 1 milliard d'€ lancé par la Région, l'Etat et la Caisse des Dépôts).

# CHIFFRES ET DONNEES CLES DU LITTORAL D'OCCITANIE



GRANDS  
SITES  
**Occitanie**  
SUD DE FRANCE

**Le littoral d'OCCITANIE,  
levier et moteur du  
développement  
économique de la Région.**



## Un Retro Littoral étoilé



⇒ Un rétro littoral riche en patrimoines :

- **3 « pépites » mondiales** Carcassonne, Nîmes, Montpellier 3\* au Guide Vert Michelin, mais aussi Collioure, Narbonne et Perpignan 2\*, Sète, Béziers, Sérignan 1\*.
- **9 sites classés 3\*** sur les 17 que compte la Région Occitanie,
- **14 sites classés 2\*** sur les 57 que compte la Région Occitanie dont la Côte Vermeille,...
- **36 sites classés 1\*** sur les 61 que compte la Région Occitanie.
- **8 des 40 Grands Sites Occitanie / Sud de France** se situent sur le Littoral : LGM, Sète, Perpignan Méditerranée, Aigues Mortes - Camargue Gardoise, Narbonne Méditerranée, Agde – Pézenas, Collioure en Côte Vermeille, Canal du Midi – Béziers.

⇒ Un rétro littoral riche en savoir faire et produit du terroir, 1er vignoble de France (34% des surfaces françaises),...

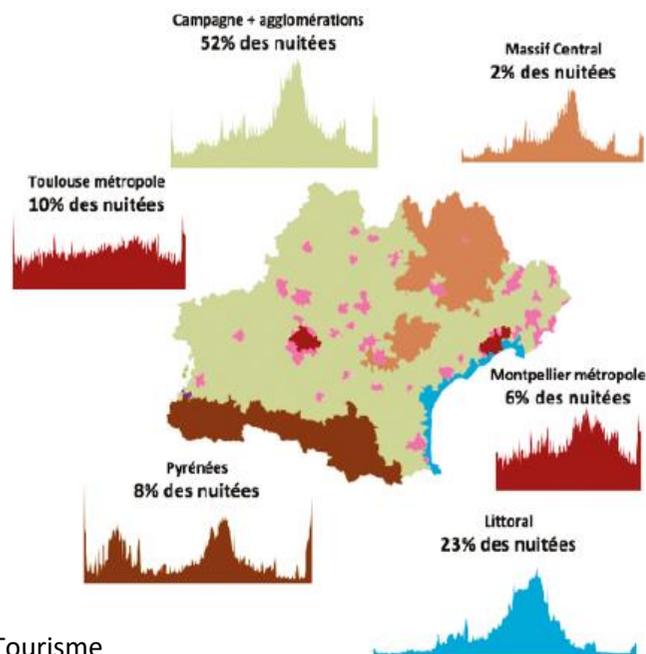


# CHIFFRES ET DONNEES CLES DU LITTORAL D'OCCITANIE

## Le littoral d'OCCITANIE, levier et moteur du développement économique de la Région.



- ⇒ **1,7 millions de lits touristiques** sur le littoral, soit **28% de l'offre régionale** pour **23% des nuitées** avec **40 millions de nuitées chaque année** (tous types d'hébergement confondus) dont **16,3 millions de nuitées en camping** (26% de nuitées étrangères, 63% des nuitées régionales en camping), **2,1 M de nuitées en hôtellerie** (13% des nuitées hôtelières régionales).
- 3.7 M de nuitées pour les hébergements collectifs touristiques** (résidences de tourisme, villages de vacances, auberges de jeunesse, etc...)



- ... **Mais un littoral en sous performance :**
- 29% des hébergements de la Région,
  - 23% des nuitées de la Région,
  - 19% de la consommation de la Région,
  - 12% des emplois de la Région pour 7% de la population.

# DEFIS ET ENJEUX



# LES ENJEUX POUR LE LITTORAL D'OCCITANIE

- ➔ **Augmenter la « désirabilité » du littoral d'Occitanie** (Valoriser les points forts encore méconnus du grand public gommara les points faibles du littoral du Languedoc Roussillon).
- ➔ **Donner de la profondeur à l'offre touristique des stations balnéaires en élargissant au rétro littoral.**
- ➔ **Etaler dans le temps et dans l'espace la fréquentation** en intégrant des logiques de filières et d'espaces géotouristiques pertinents.
- ➔ **Proposer une gamme d'offres diversifiée pour l'arrière saison** (sachant que la saison estivale va débuter tardivement et qu'elle peut, espérons-le se prolonger),...
- ➔ **Attirer de nouvelles clientèles via les sports de glisse et via les patrimoines, renforcer la clientèle de courts séjours** (destination accessible en 3 heures).
- ➔ **Prendre en compte les préoccupations environnementales croissantes** et répondre à une préoccupation écologique de plus en plus prégnante avec une recherche de destinations plus préservées.
- ➔ **Adopter une stratégie de Marque de la destination littorale fédératrice** permettant d'aider à gommer les freins et de valoriser les atouts.

# **Positionnement touristique du littoral d'Occitanie**

# « Le littoral d'Occitanie est un joyau aux multiples facettes »

## Les éléments différenciants :



- ⇒ **Un littoral différent « ses plages pavillons bleus mais pas que... » avec de grands espaces surprenants**, ses lidos, ses lagunes et ses étangs, sa vigne qui surplombe la mer, ses montagnes à proximité, ... mais trop souvent ignorés du grand public.
- ⇒ **Des sites emblématiques, des atmosphères singulières**, de Collioure au Grau du Roi, de la Grande Motte à Gruissan, de l'Anse des Paulilles à Sète,... **pour un littoral habité, sécurisé, adapté aux familles avec enfants.**
- ⇒ **Une nature et des cultures omniprésentes.** Des ambiances multiples, du festif au ressourcement, des stations aménagées pour le tourisme à des stations « village ».
- ⇒ **Des pratiques douces désaisonnalisées sur terre** : randonnée, vélo et VTT,... **et en mer** : kayak de mer, paddle, nage côtière, pêche,...

# « Le littoral d'Occitanie est un joyau aux multiples facettes »

## Les éléments différenciants :



- ⇒ Un littoral enrichi de son arrière pays et d'expériences multiples : Grands Sites d'Occitanie, œnotourisme, sites de visite, produits de terroir,...
- ⇒ Des territoires de tradition, d'histoire et de cultures identitaires : Catalans, Cathares, Languedoc, Camargue pour un tourisme de sens et de contenu.
- ⇒ Un « terrain de jeu nautique et de glisse », top 10 mondial des destinations sports de glisse (kitesurf, windsurf, stand up paddle, voile, kayak de mer, char à voile, wakeboard...).
- ⇒ Une destination plaisance de référence, 70 ports de plaisance et 30.000 anneaux.

# Le Storytelling

- ➔ **L'Occitanie a une mer la Méditerranée.**
- ➔ **Cette Méditerranée est riche de cultures et de patrimoines :**
  - Catalane,
  - Cathare,
  - Languedocienne,
  - Camarguaise.
- ➔ **« Le littoral d'Occitanie, une alchimie réussie de paysages exceptionnels balnéaires, de criques, de plages de sable fin, de lagunes, de Lido et d'étangs, de montagnes, de vignes, de stations, de villes,... »**
- ➔ **Un rétro littoral d'exception avec ses 3 « pépites » mondiales Carcassonne, Nîmes, Montpellier, ses Grands Sites d'Occitanie,...**
- ➔ **Ici les Pyrénées comme le Canal du Midi rejoignent la Méditerranée, les vignes ne sont jamais bien loin de la mer, le vélo, le cheval côtoient les activités de glisse, les plaisirs sont toujours partagés autour de la notion d'Occitalité....**



**Rassurer les clientèles via une communication informative « image / produit » prouvant que l'offre qualifiée est contrôlée, expérientielle, inclusive, adaptée.**

# **Le Contrat de Destination du « Littoral d'Occitanie »**

# AIDE À LA FORMALISATION ET À LA RÉDACTION DU CONTRAT DE DESTINATION DU « LITTORAL D'OCCITANIE »

## Pourquoi un Contrat de Destination ?

- ➔ Pour définir le périmètre de la Marque, ni Marque Mondiale, ni Marque Thématique (à la différence de Toulouse Affaires, Massif Central Grandes Itinérances,...).

**Le littoral d'Occitanie relève du Contrat de Destination Marque Internationale.**

- ➔ Pour structurer l'offre quantitativement et qualitativement, en cohérence avec le positionnement de la destination.
- ➔ Pour renforcer l'image et la promotion de la destination auprès des marchés cibles.
- ➔ Pour optimiser la gouvernance des différents acteurs publics et privés mobilisés pour assurer une meilleure chaîne d'accueil sur le territoire.

## La spécificité de ce Contrat de Destination

**Faire du Littoral d'Occitanie une Marque Internationale et une destination exemplaire en matière de tourisme responsable au profit de ses territoires et de ses habitants.**

- ⇒ **Sortir de la logique de saison touristique pour développer un tourisme 4 saisons** pour une activité touristique plus vertueuse économiquement, socialement et écologiquement. Chaque projet de création d'équipement ou de service devra être conçu en tenant compte de l'apport pour le territoire et ses habitants en termes de qualité de vie, de création d'emplois, de complémentarité avec l'existant.
- ⇒ **Mieux penser le parcours et l'expérience client** afin d'améliorer la qualité perçue d'un séjour sur le littoral d'Occitanie.
- ⇒ **Réduire les déséquilibres générés par le tourisme** en gérant mieux les flux dans le temps et dans l'espace.

# AIDE À LA FORMALISATION ET À LA RÉDACTION DU CONTRAT DE DESTINATION DU « LITTORAL D'OCCITANIE »

Faire du littoral d'Occitanie une destination exemplaire de la Méditerranée.

**Les 7 chantiers pour un contrat gagnant :** ➔ **Chantier 2) Améliorer l'accessibilité, l'intermodalité et les mobilités douces :**

➔ **Chantier 1) Adopter une stratégie de Marque Internationale de la destination « Littoral d'Occitanie » :**

- Trouver un nom fédérateur pour les acteurs et pertinent aux yeux des publics.
- Choisir une Marque qui représente plus que la somme des parties, capable de porter l'image et les valeurs de la destination et affirmant sa singularité.
- Définir la plateforme de Marque partagée et ses modalités d'utilisation par les partenaires institutionnels et privés, les territoires et les filières.

- Permettre le développement d'un tourisme doux de découverte des patrimoines et des cultures locales en aménageant véloroutes, voies vertes, itinéraires sans rupture de charge.
- Développer les mobilités alternatives à la voiture permettant une déambulation « littoral – rétro littoral » et vers les Grands Sites d'Occitanie.
- Interconnecter les modes de transport dans une chaîne de déplacement du 1<sup>er</sup> au dernier kilomètre (train, navettes, vélo, location véhicules,...).



Réalisation 2021



Schéma mobilité : 2021  
Plan pluriannuel : 2022 - 2027

# AIDE À LA FORMALISATION ET À LA RÉDACTION DU CONTRAT DE DESTINATION DU « LITTORAL D'OCCITANIE »

Faire du littoral d'Occitanie une destination exemplaire de la Méditerranée.

## Les 7 chantiers pour un contrat gagnant :

### ➔ Chantiers 3 ) Préserver et valoriser les espaces naturels sensibles des milieux littoraux, permettre leur découverte et leur interprétation :

- Valoriser et sublimer les spécificités du littoral d'Occitanie (lido, étangs, lagunes,...) sans impact négatif pour l'environnement et s'engager dans des opérations de protection et de renforcement de la biodiversité.
- Accentuer les réalisations visant à préserver les milieux naturels : Ports propres, Pavillon Bleu, « zéro plastique », charte « une plage sans déchet plastique », habitats marins, nurseries poissons, ...



Continuité du Plan Littoral 21  
Plan pluriannuel : 2020 - 2027

### ➔ Chantier 4 ) Inventer la station balnéaire de demain :

- Des aménagements des fronts de mer innovants et tenant compte du changement climatique.
- Une montée en qualité des hébergements, des commerces et des services pour un tourisme désaisonnalisé.
- Des stations « leader » dans la pratique du nautisme et particulièrement des sports de vent.
- Des stations et des plages thématiques, connectées.
- Des ports de plaisance en mutation avec le développement d'hébergements flottants, de pontons commerces, de bateaux restaurants, de bateaux partagés, de services à l'instar d'une plateforme numérique des loisirs nautiques...



Appel à projets en 2021  
Plan pluriannuel : 2022 - 2027

# AIDE À LA FORMALISATION ET À LA RÉDACTION DU CONTRAT DE DESTINATION DU « LITTORAL D'OCCITANIE »

Faire du littoral d'Occitanie une destination exemplaire de la Méditerranée.

## Les 7 chantiers pour un contrat gagnant :

### ➔ Chantier 5) Réenchanter par une offre événementielle et expérientielle coordonnée et mise en réseau :

- Créer et/ou conforter une offre d'événementiels labellisés autour des thématiques de la mer : sports de glisse, traditions nautiques et fêtes maritimes,...

- Découvrir et interpréter les patrimoines via les nouveaux outils de médiation et en fonction des spécificités de chaque territoire.

- Favoriser les filières courtes et les savoir faire locaux et spécifiques :

Le vignoble et l'oenotourisme,  
La pêche, l'ostréiculture et la mytiliculture,  
Les produits du terroir,...



Appel à projets et labellisation : 2021

Plan pluriannuel : 2022 - 2025

### ➔ Chantier 6) Volet marketing sur les marchés internationaux

- Séduire davantage les clientèles étrangères européennes en lien avec le plan d'actions des aéroports, notamment le plan d'actions de celui de Montpellier Méditerranée et l'accès TGV :

**Benelux, Allemagne, Royaume Uni, Suisse**

(histoire et patrimoine, thalassothérapie, eurovéloroute, œnotourisme, gastronomie,...), **Europe du Nord**

**(Danemark et Suède)** sur la filière écotouristique, glisse et sport nature.

- **Entreprendre une action spécifique sur le marché espagnol et plus particulièrement catalan.**

- Faire de **l'aéroport de Barcelone** (et ses 50 millions de passagers en 2019) une porte d'entrée de la Côte Occitane pour les marchés étrangers **en complément des aéroports régionaux.**

Plan d'actions : 2021 - 2023



# AIDE À LA FORMALISATION ET À LA RÉDACTION DU CONTRAT DE DESTINATION DU « LITTORAL D'OCCITANIE »

Faire du littoral d'Occitanie une destination exemplaire de la Méditerranée.

## Les 7 chantiers pour un contrat gagnant :

### ➔ Chantier 7) Renforcer le tourisme de proximité et l'autoconsommation de loisirs des habitants d'Occitanie :

- Privilégier les actions de conquête en direction du marché régional (Occitanie et régions limitrophes) en proposant des gammes de produits par saison « stratégie d'inspiration permanente » adaptées aux différentes cibles comportementales.

- Stimuler la fréquentation à l'année des filières régionales de la glisse, de l'oenotourisme et de la gastronomie, des activités de pleine nature, du bien être, de la thalasso et de la remise en forme, de l'itinérance sous toutes ses formes, du vélo, de l'incentive, des rencontres professionnelles.

- Mettre en avant les séjours à petits prix et l'accès aux vacances pour tous via la carte Occ'ygène Famille, les billets liO à 1 €,... et le tourisme des jeunes.



Plan d'actions : 2021 - 2023

# LE CADRE DE LA GOUVERNANCE

Dans le cadre de la loi NOTRe portant Nouvelle Organisation Territoriale de la République, la compétence tourisme est définie comme partagée entre le bloc communal, les Départements, la Région et l'Etat.

**Un contrat cadre formalisera les relations entre la Région et le CRTL.**

Le bloc communal, composé des Communes, Communautés de communes, Agglomérations et Métropoles, a été particulièrement impacté par cette réforme territoriale avec le transfert obligatoire aux EPCI à fiscalité propre de deux compétences :

- la promotion du tourisme (dont la création d'OT),
- et la création, l'aménagement, l'entretien et la gestion de zone(s) d'activité touristique.

Les communes et stations classées ont pu créer ou conserver un office de tourisme distinct à l'échelle communale.

**Les grands chantiers n'ont pas vocation à être tous portés par le CRTL et seront pilotés par les partenaires de la Région.**

**Des principes de cofinancement d'actions, permettant une mutualisation, une meilleure coordination et un effet levier sur les actions, pourraient être la règle.**

⇒ **Le CRTL piloterait le Contrat de Destination en partenariat avec les 4 ADT, les EPCI, les Offices de Tourisme, les têtes de réseaux filières, les ports et aéroports,...** Ce Contrat de Destination fera l'objet d'une contractualisation avec les partenaires.

**Un groupe « projets » dédié** pourrait être créé composé d'une dizaine de salariés OT, ADT, CRTL.

⇒ **Les EPCI** porteront les aménagements et les infrastructures à l'échelle de leur territoire et coordonneront la création de produits touristiques .

⇒ **Les Offices de Tourisme, les ports, les aéroports, les structures têtes de réseaux** participeront aux actions de promotion dans le cadre d'un plan d'actions coordonné par le CRTL, avec **une gouvernance souple de type convention de partenariat. Les actions seront portées par les têtes de réseaux pour le compte d'un « collectif ».**

⇒ **Les 4 ADT co-construiront le Contrat de Destination et le Plan Marketing du « Littoral d'Occitanie ».** Elles porteront des actions spécifiques pour le compte de l'ensemble du littoral en fonction de leurs spécificités (savoir faire, expériences, leadership historique,...).