ARTS, LETTRES, LANGUES, SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
UNIVERSITÉ PAUL-VALÉRY MONTPELLIER
FUTUR NARBONA ECOLOCAL

“Narbonnaise sauvée des eaux”



Quel avenir pour le tourisme ?

Master Tourisme et Développement Durable des Territoires - **Année 2015/2016**

Interprétation de la commande

- État des lieux du territoire Narbonnais et son diagnostic touristique
- Se projeter afin d'imaginer l'avenir du tourisme

Objectifs :

- Réduire les inégalités de répartition du tourisme
- Tendre vers une destination durable
- Envisager un tourisme participatif








Recherches documentaires

Questionnaire habitants

tiens avec des élus

Potentialités et enjeux

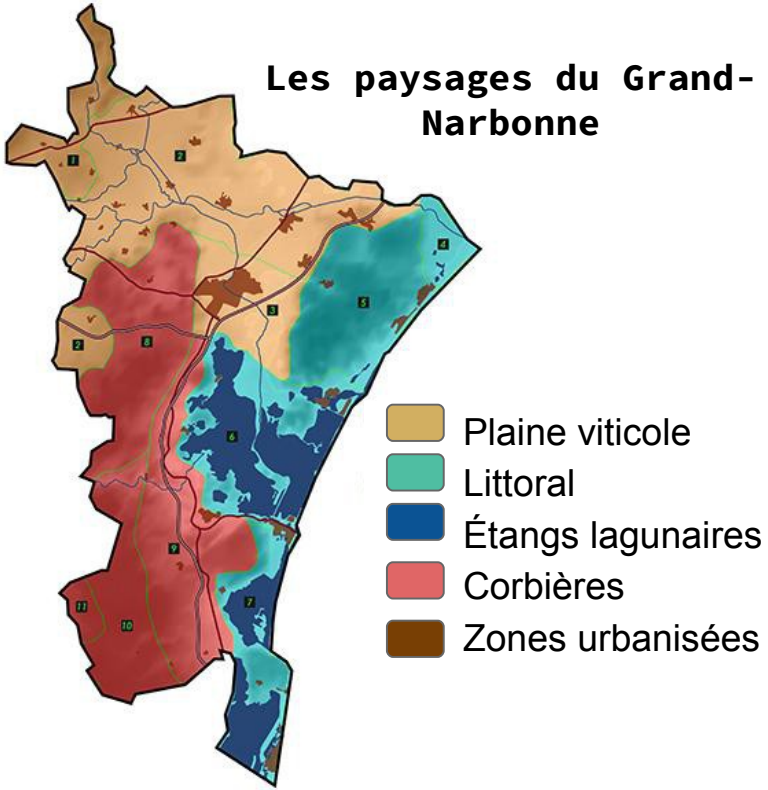
Prospective








- 39 communes depuis 2014
- 973 km²
- 125 487 habitants
- 50 km de plage
- 7 entités paysagères faites de contrastes
- Environs 60 000 ha de sites “Natura 2000”, sites inscrits et classés



Source : www.lisepignon.fr/projects/paysage-et-urbanisme










Une position "carrefour"

- un corridor européen
- une image "de passage"
- 23 millions d'euros de retombées potentielles grâce aux aéroports régionaux

Source : Marie Lemoal

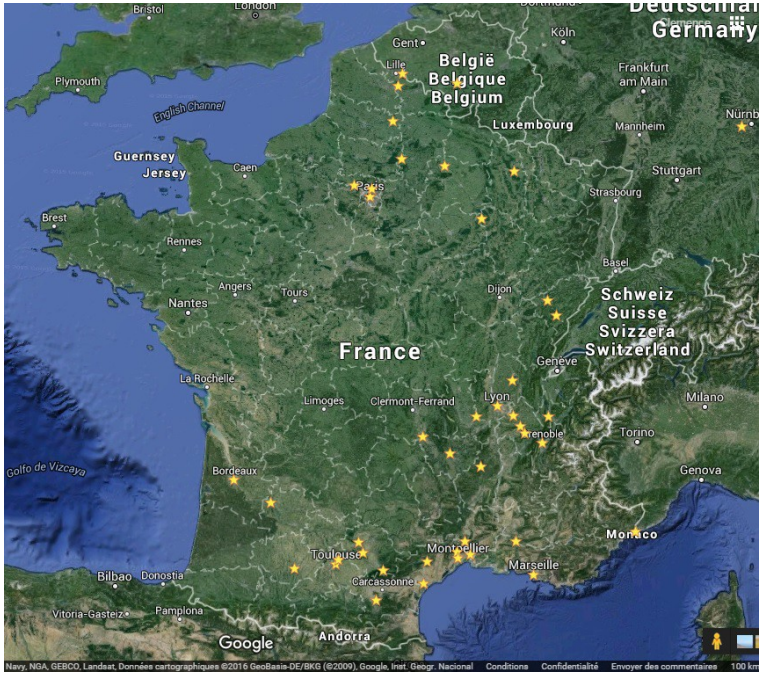
2 millions de touristes sur juillet et août
(95% de la fréquentation annuelle)

PROFIL DE LA CLIENTÈLE

- 84% de la clientèle est *française*
- Familles (33%) et retraités (29%)

- 42% de résidences secondaires
- Hébergements non marchands (33%) ou en locations meublées (26%)

Provenance des touristes sur le GN

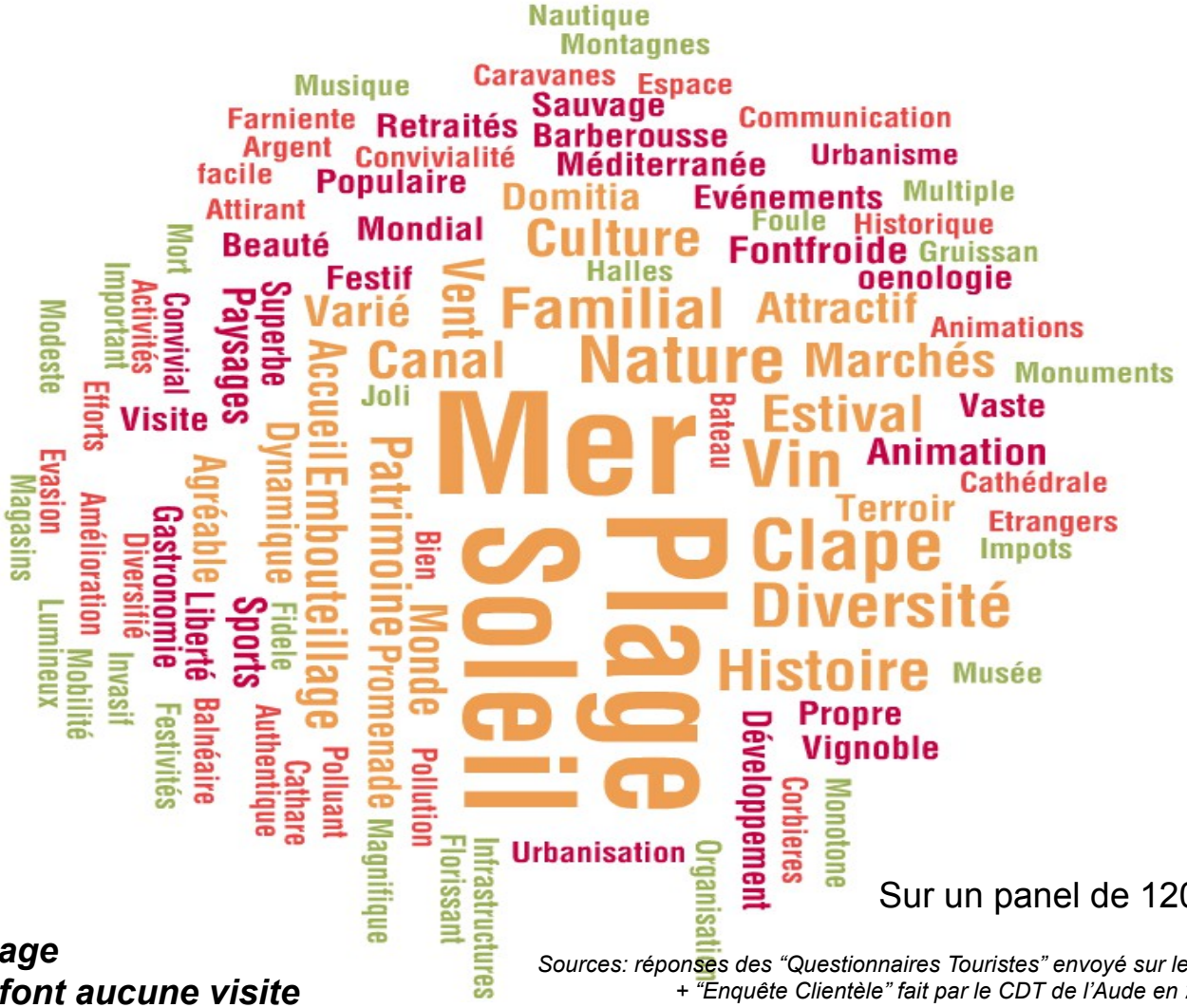


Sources: réponses des "Questionnaires Touristes" envoyé sur les réseaux sociaux + "Enquête Clientèle" fait par le CDT de l'Aude en 2012







Sur un panel de 120 réponses

Héliotropisme : Soleil / Plage

72% des vacanciers ne font aucune visite

Sources: réponses des "Questionnaires Touristes" envoyé sur les réseaux sociaux + "Enquête Clientèle" fait par le CDT de l'Aude en 2012








Forces:

1. Son littoral et ses plages
2. Position de carrefour
3. Population croissante
4. Offre touristique riche
5. Paysages et biodiversité

Faiblesses:

1. Tourisme de masse en été
2. Mobilités automobiles
3. Population vieillissante
4. Emplois saisonniers précaires
5. Pollution et surconsommation
6. Hébergements peu qualifiés








Potentialités :

- Patrimoine culturel
- Patrimoine naturel
- Agriculture et viticulture
- Accessibilité et proximité
- Existence d'un tissu associatif

Menaces :

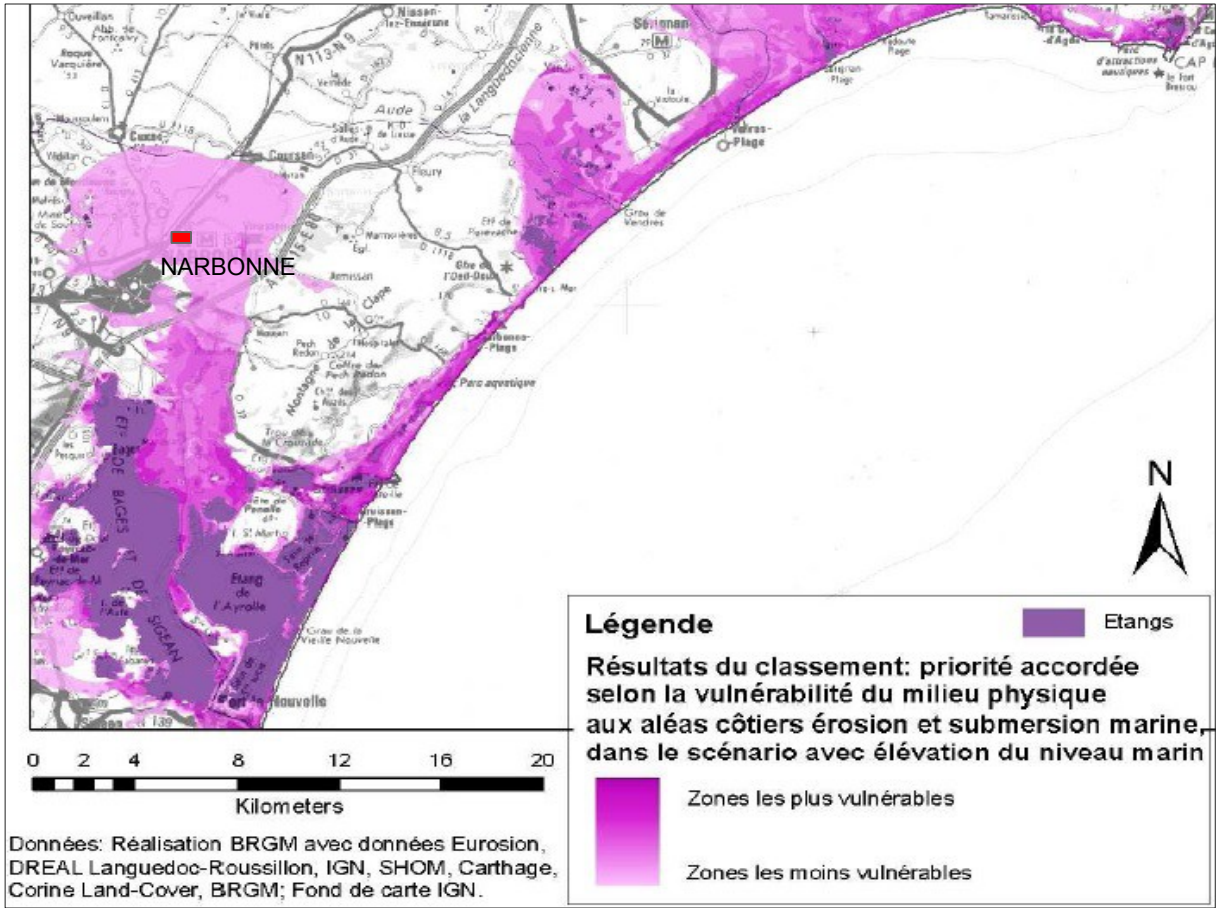
- La montée des eaux et l'érosion
- Pression urbaine et déprise agricole
- Communication intercommunale
- Dépendance économique au tourisme
- Tourisme subit par les habitants

Loi Notre:
Un office du tourisme unique sur le Grand Narbonne







Représentation hypothétique de la zone côtière en 2070 avec une élévation d'1m du niveau marin

Source : Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie
Octobre 2012

C'EST DEMAIN...


38
26
37
41
37
40
40
26
34
39
41
28
40
30
38
40
40
40
30
42
41
42
40
40
38
42
33
41
43
34





Juste équilibre entre urbain et rural



- ...è... ...e ...agr...
- ...berge... ...ifiée
- Formation des emplois/tourisme

Mobilités



- A... ...es c...
- ...
- ...
- ... ...s

La Participation habitants



- C... ...ntre a...

Les Projets que nous vous proposons :

Projet 1 : La valorisation du terroir

Projet 2 : Mobilités douces

Projet 3 : Une destination Culturelle et citoyenne



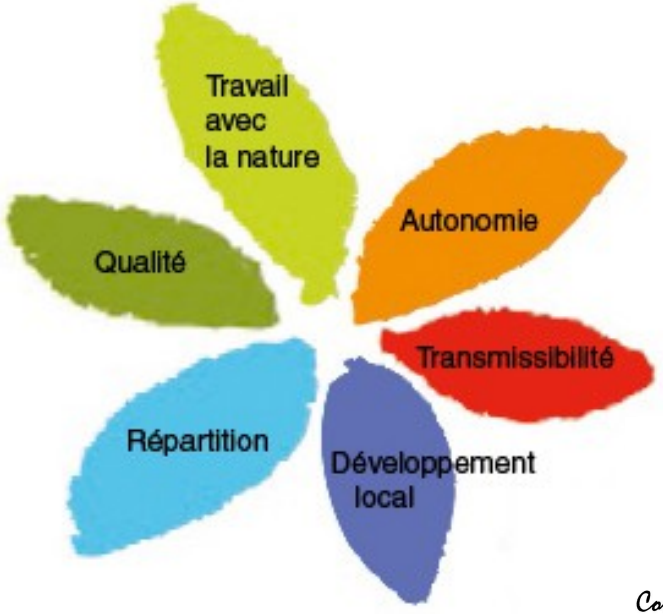





Projet 1: Valorisation du Terroir

Attirer l'attention sur …

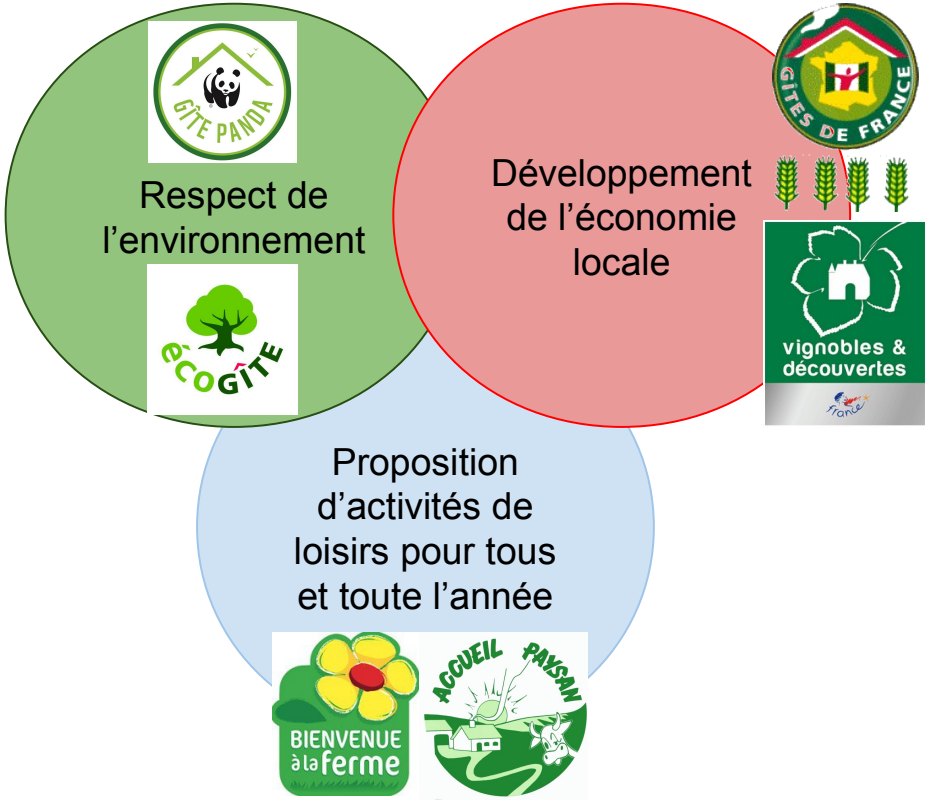
- ❏ Les savoirs-faire agricoles
- ❏ La valorisation des terres
- ❏ Les paysages préservés
- ❏ L'éco-construction
- ❏ Les emplois qualifiés (formation)
- ❏ Les activités à l'année
- ❏ Désengorger le littoral
- ❏ Faire vivre le "vide" de l'arrière pays









Projet 1: Valorisation du Terroir

Pistes de travail

- Les rendez-vous vignerons
- Les sentiers de découverte et ludiques
- Les sites remarquables du goût (ex: l'huitre de Bouzigues…)
- Les spectacles (ex: "les fermades")
- La « psycho terre happy » (ex: potager de Saquier)

- Une charte signalétique
- Une campagne de communication








Projet 2 : Les mobilités douces

Attirer l’attention sur …

- Les voies existentes à réhabiliter
- Développer le réseau de transport en commun
- Les ruptures des voies douces
- Inciter à poser la voiture



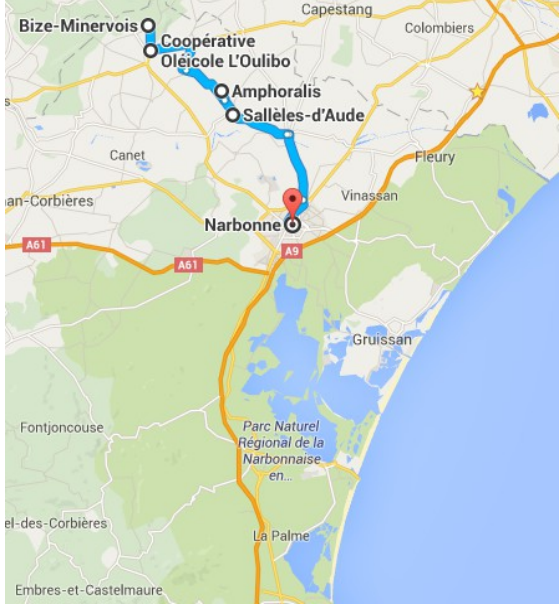






Outils pour créer du lien

- Proposer des visites guidées du territoire à vélo ou à cheval
- Réhabiliter le train Narbonne- Bize
- Proposer des voyages itinérants par un tour opérateur
- Le géocaching comme opportunité de création de randonnées thématiques





GEOCACHING













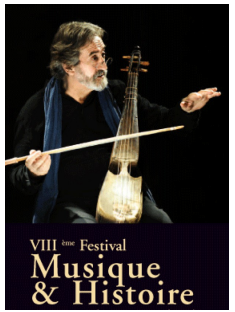
Projet 3 : Une implication citoyenne pour une destination culturelle

Attirer l'attention sur ...

- L'activité hors saison estivale
- Bon terreau culturel
- Importance du tissu associatif
- Animation et participation














Exemple de la ville de Vienne

Connue internationalement avec le Festival “Jazz à Vienne”,

Vienne est devenue une destination touristique culturelle

→ Mise en place d’**évènements toute l’année**:

Brochure de l’office du tourisme de Vienne et du Pays Viennois “Quatre Saisons” regroupant l’activité culturelle de chaque trimestre







“Patrimoine, Wine et Jazz Trio”
du 11 au 17 Janvier 2016

Outil: Participation citoyenne

Les habitants décident de la valeur patrimoniale à montrer

ex: Greeters, “Voulez vous dîner”, Lisbonne

Soutien des élus: fournir des outils de gestion et d’organisation

Implication des locaux : sollicitation des 60 associations culturelles sur le territoire du Grand Narbonne










Un tourisme de valeurs

“qui voulons nous devenir, ce que nous avons à partager”

- “Participation” plutôt que “consommation”
- “A vivre” plutôt que “à voir” et « à posséder »
- “un tourisme d’offre” plutôt qu’un “ tourisme de demande”








cathare
familial
partage
culture
vin
canal
paysages
nature
corbieres
festival
plage
eau
randonnees
histoire
joli
soleil








Merci de votre écoute



Manissa, Clémence, Liliane et Marie