

Chronique de l'Observatoire Départemental du Tourisme

Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales

catalyseur des énergies du Tourisme et des Loisirs

Pourquoi la Méditerranée et notre Côte Catalane séduisent toujours autant ?

LA MEDITERRANEE EST LA PREMIERE DESTINATION MONDIALE

Avant de rentrer dans le vif du sujet et pour certains lecteurs qui ne le sauraient pas, **la Méditerranée est bien la première destination mondiale**. Avec près de 30% de l'ensemble des touristes mondiaux c'est-à-dire 260 millions de touristes par an (source Organisation Mondiale du Tourisme), ce fait est indéniable. Trois grands pays touristiques en sont les plus connus : Espagne-France-Italie. D'autres comme la Turquie, la Grèce, la Croatie... un peu moins fréquentés, s'affirment chaque année un peu plus.

Ainsi, après avoir été le berceau des civilisations, la Méditerranée est le berceau du tourisme mondial. Le lieu qu'il faut avoir vu, visité, traversé. Si la séduction reste un mystère, elle peut quelques fois s'expliquer. Elle repose, dans le cas de la Méditerranée, sur des éléments factuels :
 ► géographie, histoire, climat, gastronomie. Ces éléments sont pérennes et au-delà des crises, la demande demeure. Pour autant, il est légitime de s'interroger sur son avenir, sur ses flux de clientèle, sur la fragilité de l'espace littoral et la pression urbaine qu'ils subissent. Dans le cas de cette chronique, interrogeons-nous sur les flux de clientèles qu'elle reçoit mais aussi qu'elle émet vers les autres territoires départementaux.

Le littoral est le bassin récepteur mais aussi émetteur de touristes

Notre côte recense plus de 61% des nuitées. La répartition de la capacité touristique est donc en sa faveur. Les nuitées se comptabilisent surtout dans de l'hébergement non marchand (parents, amis et résidences secondaires) et une moindre mesure dans l'hébergement marchand (locatif, hôtellerie de plein air, hôtellerie...). Les autres nuitées dans notre

département se répartissent sur nos trois autres espaces géographiques : Ville, campagne, montagne à une distance de moins de 100 kms c'est-à-dire à portée de vue, à deux pas... Le constat est le suivant. Néanmoins, on observe des déplacements de plus en plus significatifs des touristes dans ces espaces. C'est sans doute l'un des enseignements majeurs de l'observation des flux touristiques réalisée depuis plus de 30 ans.

Il y a plus de 57 ans, la mission Racine a réaménagé le littoral du Languedoc-Roussillon depuis la Camargue jusqu'à la Côte Catalane en créant huit grandes stations balnéaires dont deux dans les Pyrénées-Orientales : Port-Barcarès et Saint-Cyprien. Une planification à grande échelle qui répondait à une demande touristique. Celui du développement d'un tourisme balnéaire tourné logiquement vers la Méditerranée Cet aménagement, de l'avis de tous, fut une réussite.

Depuis une bonne décennie et nonobstant le réaménagement au cas par cas de ces stations du littoral, dans notre département, nous assistons à un phénomène qui s'amplifie : celui d'une augmentation des flux de touristes de nos hébergements sur la côte catalane vers l'intérieur, à la recherche d'espaces plus paisibles... poussés par l'envie d'un ailleurs proche.

Ce constat n'est pas conjoncturel. Ces flux correspondent à une véritable demande de diversification des séjours des touristes. Ils doivent être favorisés autant que maîtrisés.

► Ils le sont grâce à la volonté et aux actions des différents acteurs publics et privés du tourisme départemental.

► Ils le sont aussi grâce à notre positionnement autour de notre slogan identifiable et identifié, marque de destination **la quatrième dimension** toujours en 1^{ère} position sur Google. Elle met en avant nos quatre espaces géographiques (1^{ère}

notion de notre marque de destination) et correspond à cette tendance. Elle interpelle les touristes et les incite à la découverte, à l'évasion, à consommer un autre tourisme à deux pas du littoral.

Chaque année davantage, **le Département maîtrise ces flux grâce à un travail global sur la mobilité**, sur les aménagements routiers, la signalétique, les infrastructures diverses qui permettent de relier en toute sécurité la mer à la ville, à la campagne, à la montagne sans aucun péage.

L'Agence de Développement Touristique fait de même grâce aux outils numériques dont la visibilité et le bon référencement facilitent la valorisation du département. L'ergonomie de ces derniers facilite la découverte virtuelle dans un premier temps. Ils le permettent avant le séjour mais surtout durant le séjour. Les visiteurs se déplacent plus facilement au grès des envies, de la météo, des fêtes et des manifestations proposées ici et là sur tout le département.

Le site web de l'Agence de Développement Touristique ([Tourisme Pyrénées-Orientales](#)) répond à cette tendance de fond que nous cherchons à satisfaire. Avec ses rubriques autour de la [Méditerranée](#), des [Pyrénées](#), de la [ville, de ses villages](#), **il invite à la découverte de tout un territoire**. Il simplifie le parcours utilisateur par une cartographie interactive. Riche de vidéos renouvelées régulièrement, le site web affiche nos atouts singuliers, met en avant nos thématiques fortes. **Il incite de fait nos touristes et nos habitants à la découverte d'un département hors du commun.**

Cet outil décrit et met en lumière notre stratégie : la mise en avant de tout un territoire en favorisant les flux touristiques de la mer à la montagne, tout en misant sur la complémentarité de nos quatre espaces géographiques. De la Méditerranée aux Pyrénées, en passant par Perpignan et notre campagne, telle est l'atout de notre destination à échelle humaine.

La demande touristique est et sera de plus en plus dans la recherche des synergies croisés entre espaces géographiques différents et proches.

Dans notre département, notre côte catalane avec sa côte sablonneuse et rocheuse, son identité forte, son climat méditerranéen allant de pair avec les saveurs de sa cuisine reste donc le phare. Il attire en premier lieu nos touristes, dans un deuxième temps il l'éclaire, révèle tout un territoire que l'on nomme : **Pyrénées Méditerranée en Pays Catalan, un tout en un, un nulle part ailleurs...**

La Méditerranée et notre côte catalane continuent et continueront donc encore de séduire des touristes. Plus encore, ils permettront à notre espace littoral d'irriguer tout un département uni et indivisible de la Mer à la Montagne. L'équation difficile à résoudre entre dépaysement, sécurité, coût, éloignement et internet est en grande partie résolue dans notre département. Quelles autres destinations peuvent en dire autant ?

L'enjeu à venir n'est plus de vendre ou de sensibiliser un type de séjour mais des types de séjours touristiques. Nos touristes ne s'y sont pas trompés. **Ils reviennent pour « ce tout » sur de courtes distances, pour cette évasion aux quatre coins du département, pour cette lumière et pour notre offre géographique. Notre destination leur donne au fond cette liberté de choix.** Notre approche consiste à inviter les touristes naturellement présents sur le littoral à découvrir nos trois autres espaces géographiques.

La réorientation des flux sera l'un des enjeux majeurs des prochaines années. Nous avons un bon positionnement à la base de notre stratégie ainsi que de très nombreuses offres touristiques. Nous ne pouvons donc que vous suggérer d'aller à la découverte de notre [marque de destination](#) sur notre [site Pro](#) et du positionnement qu'elle reflète ainsi que de notre [site web grand public](#). Vous y trouverez de la cohérence et comprendrez mieux notre vision pour un tourisme durable et maîtrisé. Notre stratégie favorise clairement l'économie touristique circulaire.

Pour toutes questions éventuelles ou suggestions de sujets contactez le [P'OBS](#)

Retrouvez nos publications sur notre site pro

pro-tourismeadt66.com