

AMO pour

LA STRUCTURATION D'UNE DESTINATION GARONNE

Plan d'actions

Oct. 2020





A

LES OBJECTIFS

B

LES FILIERES

C

LES CIBLES

D

PLAN D' ACTIONS

LES OBJECTIFS

OBJECTIF 1

Faire émerger la Garonne en tant qu'attrait touristique majeur sur différentes parties de son linéaire

Selon les filières retenues, les actions proposées et les acteurs impliqués, une ou plusieurs sections de Garonne pourraient être valorisées.

Quelques sections bien choisies procureraient attrait et notoriété au fleuve sur le plan touristique.

OBJECTIF 2

Identifier la vallée de la Garonne en tant que territoire linéaire

La dynamique touristique fluviale implique que les attraits amont et aval soient interactifs.

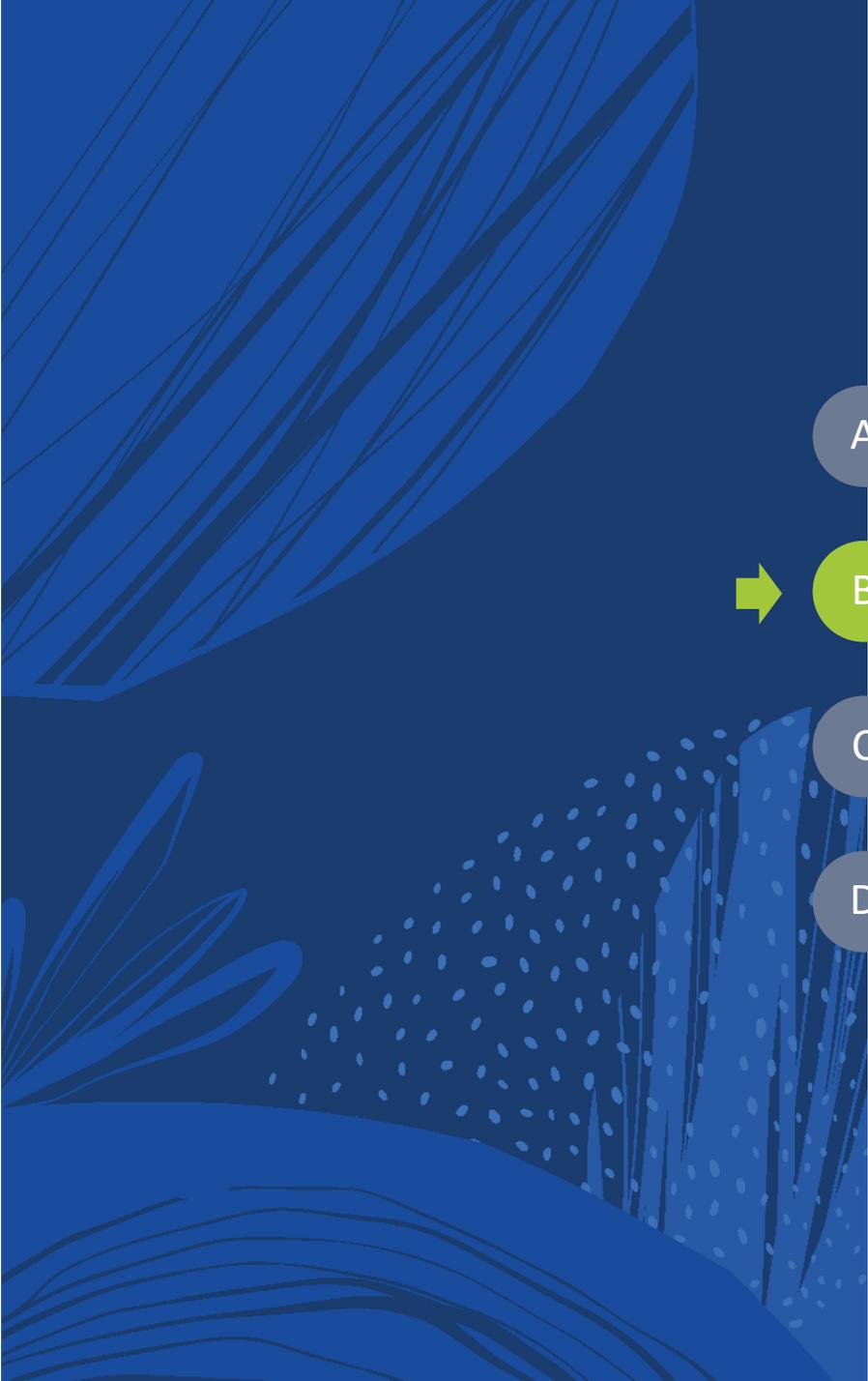
Cette interaction concerne la complémentarité des attraits touristique, la synergie entre les prestataires et une organisation entre les structures institutionnelles tout comme sur un territoire conventionnel.

OBJECTIF 3

Capter des clientèles utilement

L'intérêt majeur de la montée en puissance d'une destination Garonne sera de capter de nouvelles clientèles tout en évitant de remplacer une clientèle par une autre : nouvelles clientèles = autres périodes + autres formes de pratiques touristiques.





A

LES OBJECTIFS

B

LES FILIERES

C

LES CIBLES

D

PLAN D' ACTIONS

LES FILIERES



LA FILIERE CHAPEAU : GARONNE, FIL CONDUCTEUR DU SUD-OUEST

- La Garonne traverse de part en part le Sud-Ouest
- La Garonne traverse et relie les deux villes principales du Sud-Ouest – Bordeaux / Toulouse
- La Garonne structure le Sud-Ouest tout en constituant la vitrine du Sud-Ouest
- **Le Sud-Ouest se vit et se découvre au fil de la Garonne**

📄 GASTRONOMIE ET VINS

📄 NATURE ET DÉCOUVERTE HYDRAULIQUE

📄 FLUVIAL ET FLUVESTRE

📄 LA VIE GARONNAISE



LES FILIERES

Les filières sont proposées en fonction des stratégies/politiques touristiques régionales et départementales



GASTRONOMIE ET VINS

- Le fil de Garonne décline la plupart des savoir-faire culinaires du Sud-Ouest
- Un grand nombre d'appellations du Sud-Ouest jouxte la Garonne avec des typicités/spécificités fortes et valorisantes. Le long de la Garonne, des ambiances culinaires et viticoles sont à décliner au gré des sites patrimoniaux et des étapes pour les itinérants.



DÉCOUVERTE NATURE ET HYDRAULIQUE

- Le patrimoine naturel et culturel fluvial se découvre dans une logique d'interprétation animée en lien avec les acteurs touristiques
- La mise en exergue des confluences
- Les espaces naturels humides
- La technologie hydraulique
- L'énergie de la Garonne



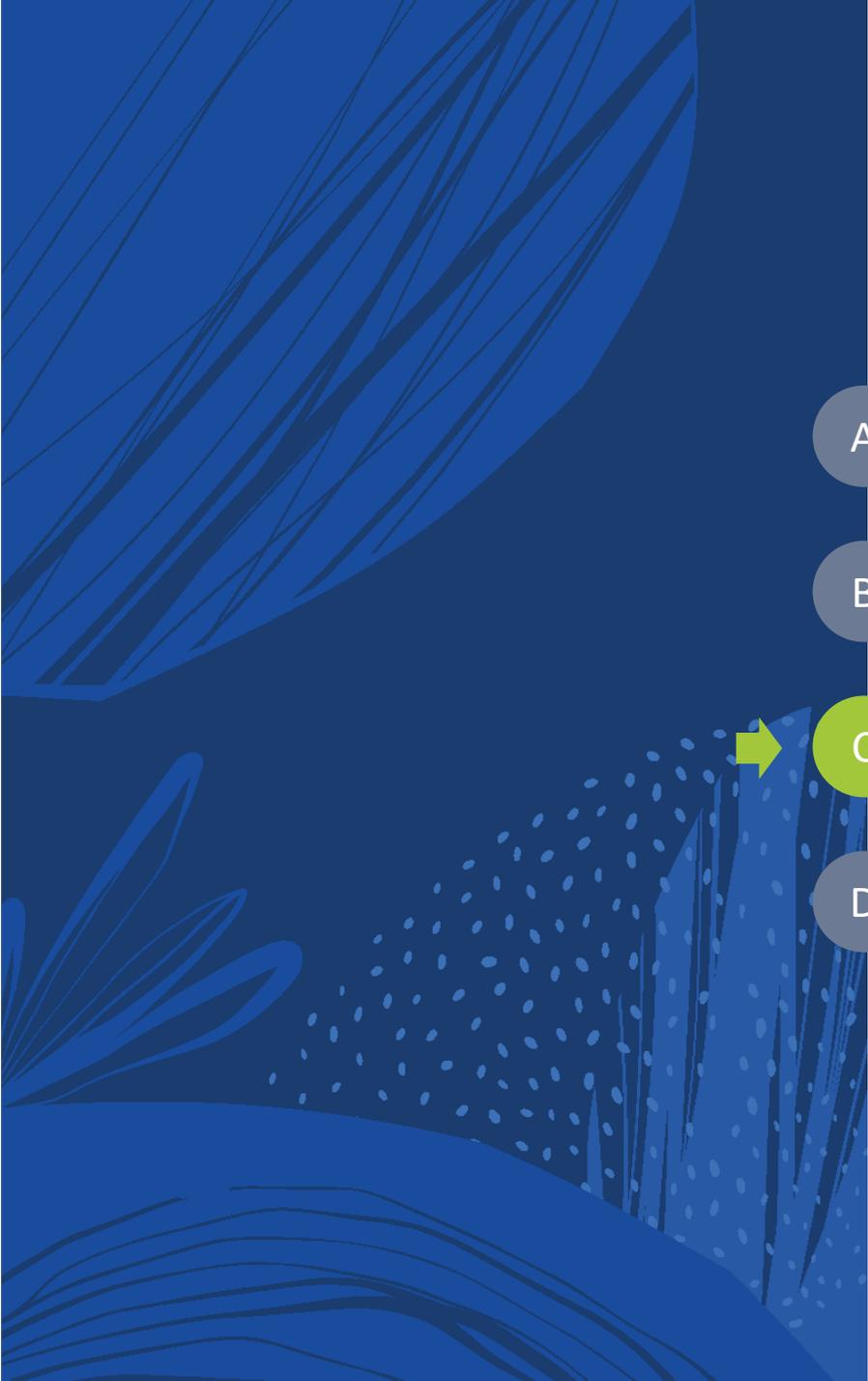
FLUVIAL / FLUVESTRE

- Les activités sur l'eau et au bord de l'eau se déclinent sur une grande palette de possibilités.
- La navigation du plus gros au plus petit bateau – depuis les ronds dans l'eau jusqu'au raid/croisières de plusieurs jours.
- La conjugaison de la navigation avec l'itinérance terrestre
- La synergie entre tous les axes de circulation de la vallée.



LA VIE GARONNAISE

- Amour et combat avec la Garonne
Le partage de la culture Garonne
- Protection contre les inondations
 - Les activités liées à la Garonne (pêche, navigation, chantiers navals, industrie papetière....)
 - Loisirs et détente en bord de Garonne



A

LES OBJECTIFS

B

LES FILIERES

C

LES CIBLES

D

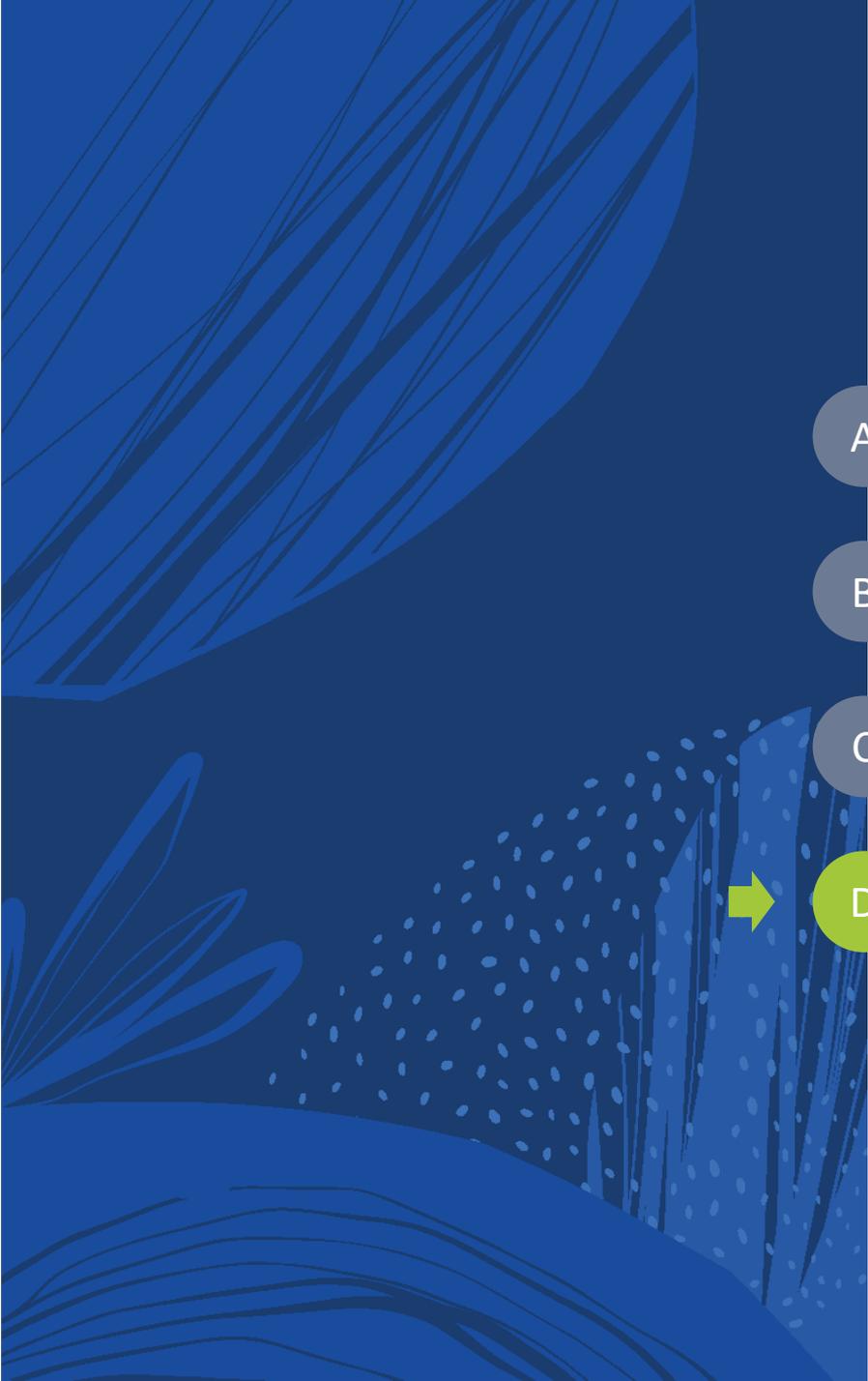
OSSATURE DU PLAN D' ACTIONS

LES CLIENTÈLES CIBLES

La destination Garonne au service des politiques touristiques régionales. L'émergence et la reconnaissance de l'attrait touristique de la Garonne exigera le déploiement d'une grande énergie. La conquête des clientèles nécessite également des moyens considérables que les acteurs privés et structures publiques de la vallée de la Garonne pourront difficilement mobiliser. Il importe donc de s'appuyer sur les dynamiques de marketing régionales et de se concentrer sur une sélection de cibles prioritaires, adaptées à la Garonne mais désignées dans les plans d'actions départementaux et régionaux.

LES SÉNIORS	ETUDIANTS - JEUNES ADULTES	CLASSES MOYENNE DES ÉCONOMIES ÉMERGENTES (Jeunes Couples Avec Ou Sans Enfants)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pouvoir d'achat conséquent ✓ Recherche du confort (hébergement) ✓ Enclins aux plaisirs faciles (gastronomie, œnologie...) ✓ Adeptes du « Replay » (retrouver des lieux, des sites déjà connus) ✓ Cette génération connaît la Garonne 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Faible pouvoir d'achat ✓ En quête de sens dans leurs pratiques touristiques (illustration pour la Garonne : comprendre le fleuve, son utilisation, l'impact des ouvrages, sa vie hydraulique, ses évolutions...) ✓ En quête de loisirs, de sports, de jeux (illustration pour la Garonne : canoë kayak rando, pêche, paddle, mascaret...) ✓ Recherche la plus grande autonomie possible et la maîtrise totale des choix ✓ Des décisions prises avec les outils numériques mais en recherche d'expériences « humaines », de rencontres. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pouvoir d'achat variable ✓ Immersion dans un univers qui favorise la rupture totale ✓ Vivre une expérience ✓ Adeptes des mini-aventures insolites ou conventionnelles avec de jeunes enfants.





A

LES OBJECTIFS

B

LES FILIERES

C

LES CIBLES

D

PLAN D' ACTIONS

Stratégie Générale :

Montrer l'envie, la volonté et la détermination des acteurs locaux, un préalable pour que la Destination Garonne soit reconnue

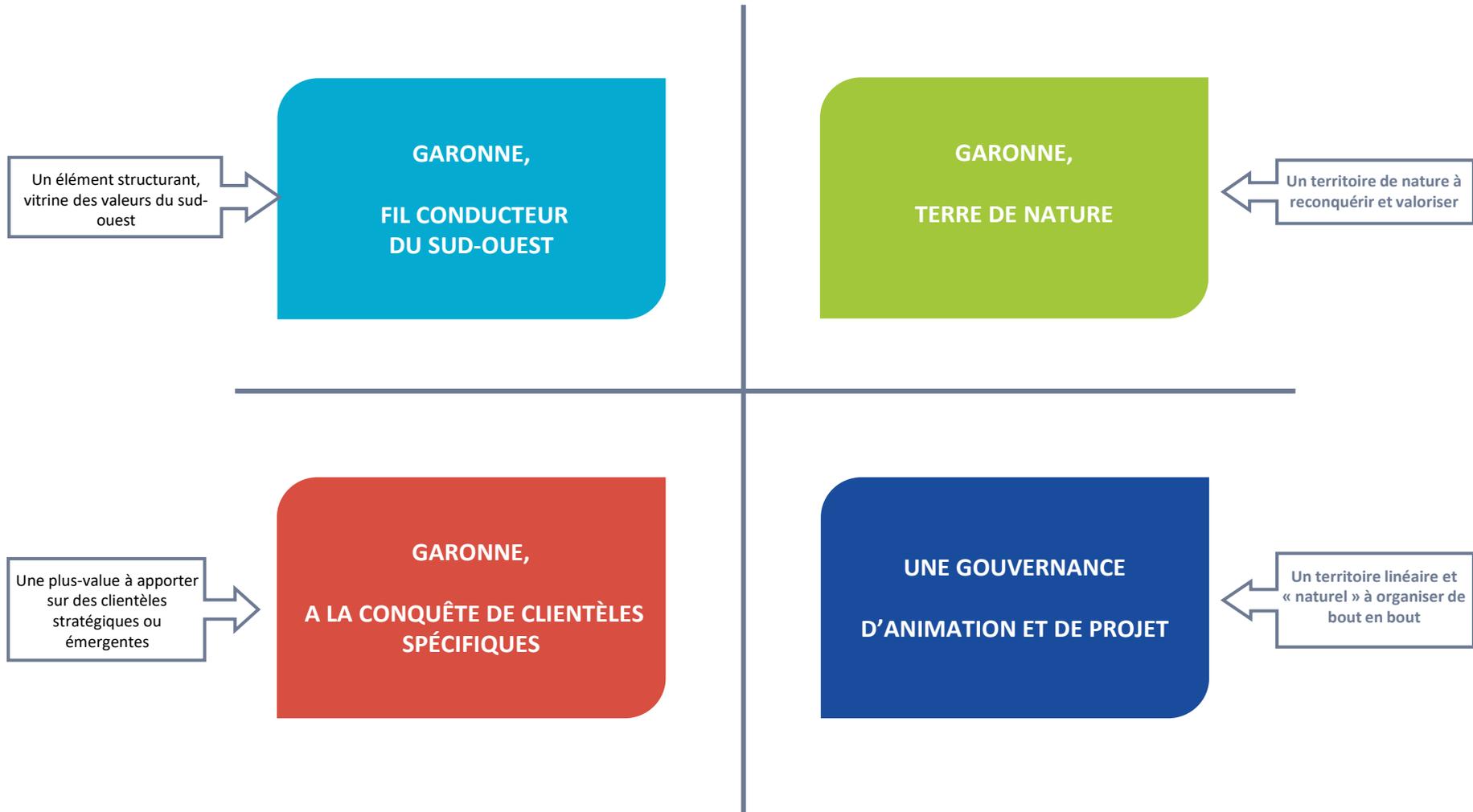




Photo : Georges LOT

La Destination Garonne

- La destination Garonne **n'existe pas**
- A ce jour, il n'y a **pas de volonté franche** de créer une destination Garonne dans les politiques régionales et départementales
- La motivation et les réalisations pour valoriser la Garonne et sa vallée sont **très hétérogènes** et sont menées **sans grande cohérence à l'échelle du fleuve**.

➤ La stratégie générale pour construire la Destination Garonne repose sur le principe du **maillon fort : une section animée qui provoque la synergie touristique entre deux sites attractifs.**

➤ La démultiplication des maillons forts apportera **la visibilité aux prémices de la destination**



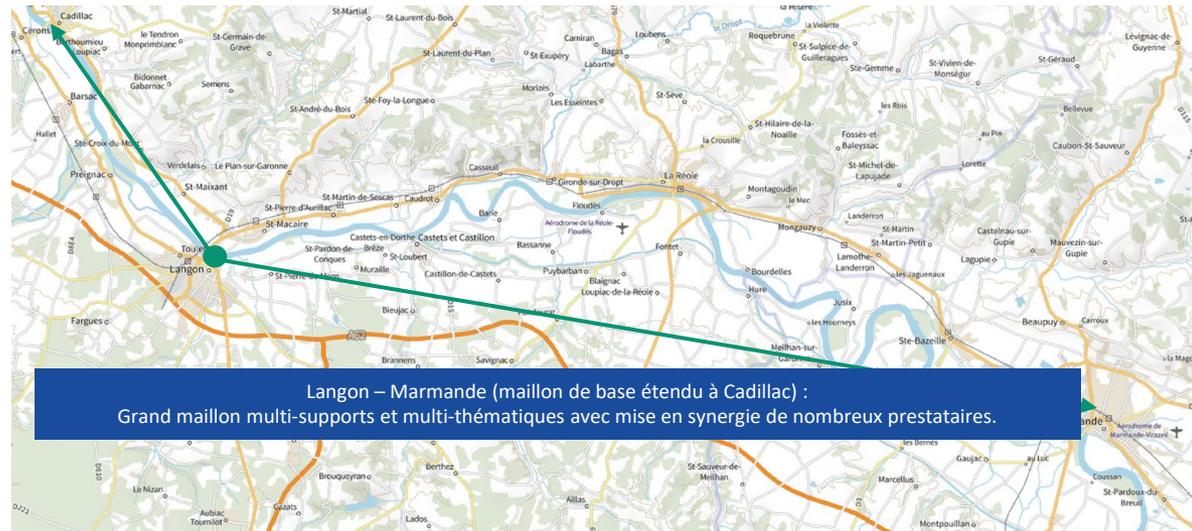
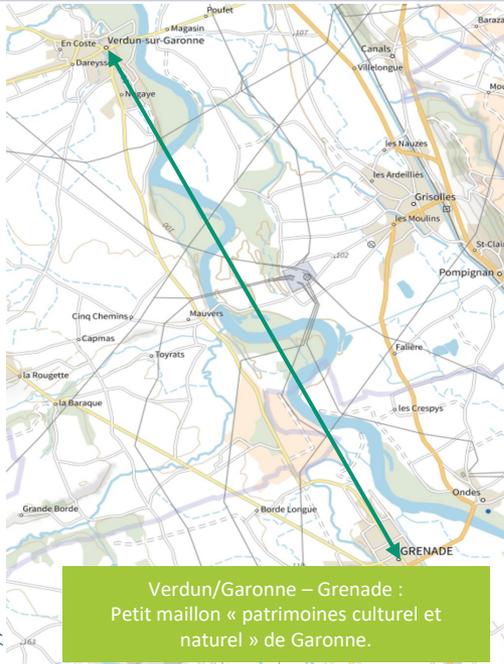
LES MAILLONS FORTS

PRINCIPE DE CRÉATION DES MAILLONS FORTS

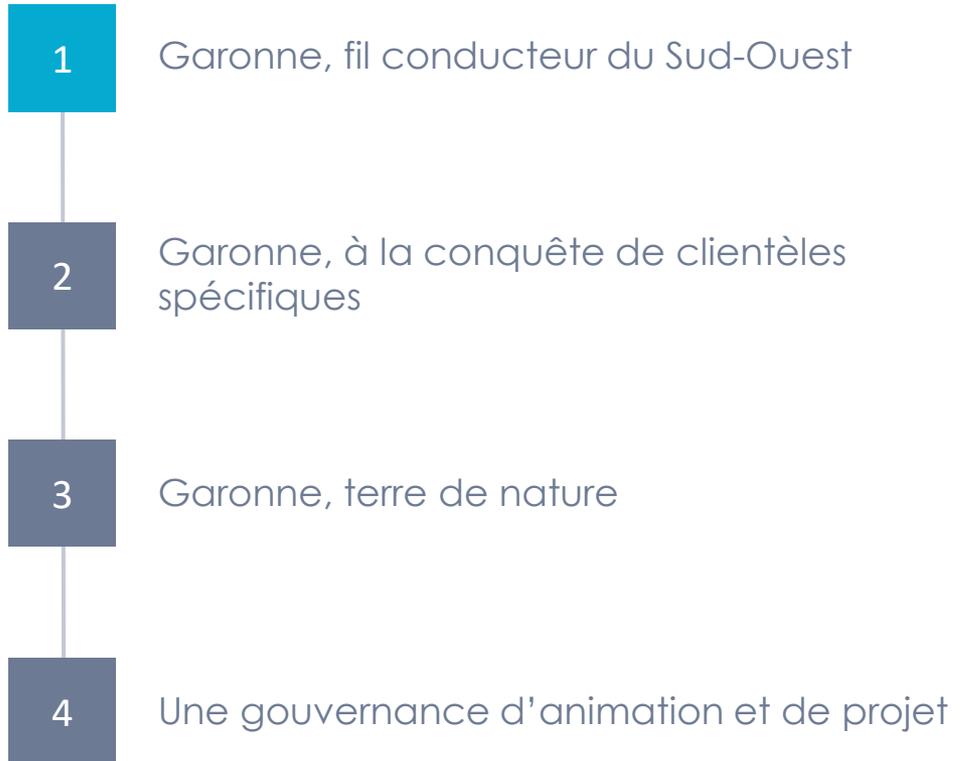
- **Deux points forts** (villes, bourgs, sites patrimoniaux) à forte attractivité
- **Divers cheminements** (la diversité varie en fonction des modes de déplacement utilisés) **relient ces deux points**
- **Une logique interprétative anime les cheminements** avec des sites à visiter, des histoires, des prestataires qui interpellent
- **L'attractivité du cheminement se décline sur l'aller et le retour**
- **Montrer que l'Aller/Retour est source de découverte et de partage dans une logique progressive et adaptée à chacun (balisage physique et application numérique)**

DENSIFICATION ET DÉCLINAISON DES MAILLONS FORTS

- ✓ **Prolonger les maillons opérationnels avec un 3^{ème} point fort**
- ✓ **Encourager la création de nouveaux maillons selon l'exemple des premiers réalisés**
- ✓ **Les spécificités / particularités des maillons peuvent offrir identité et complémentarité entre différentes sections de Garonne**
- ✓ **La destination Garonne pourra prendre corps au gré de l'émergence des maillons et de leurs extensions.**



OSSATURE DU PLAN D' ACTIONS



GARONNE, FIL CONDUCTEUR DU SUD-OUEST

- **Action 1** Identifier des ouvrages liés à l'exploitation / l'utilisation / la protection du fleuve
- **Action 2** Concevoir et mettre en œuvre un concept de « géocaching » vivant
- **Action 3** Organiser les bonnes étapes de Garonne
- **Action 4** Faire émerger une itinérance œnologique en vallée de Garonne
- **Action 5** Organiser la promotion du concept « Garonne, vitrine du Sud-Ouest »



Action 1 : identification des sites liés à l'exploitation / l'utilisation / la protection du fleuve

OBJECTIFS

- Connaître les richesses patrimoniales du fleuve et les qualifier en fonction :
 - Des dates de constructions
 - Des techniques utilisées,
 - Du projet ou programme global
 - De l'état de l'ouvrage
 - Des possibilités de valorisation
 -
- Connaître le patrimoine naturel du fleuve et qualifier les sites en fonction:
 - Des thématiques évoquées
 - De l'intérêt local, régional voire national
 - Des spécificités liées à la Garonne
- Disposer d'une connaissance parfaite du patrimoine pour concevoir des projets de découverte spécifiques à un secteur et complémentaires avec d'autres sections du fleuve pour ensuite construire le fil d'un story-telling

CONTEXTE

La Garonne présente différents ouvrages, encore utiles ou non, liés à divers activités, services ou protections :

- Équipements liés à la navigation et aux activités connexes,
- Ouvrages de protection contre les inondations,
- Aménagements pour exploiter le fleuve (extraction de sable, pêche, production d'énergie...)
- Services publics (ponts, bacs, plages,)
- Et bien d'autres

Très souvent les ouvrages ont été inscrits dans des programmes ou projets globaux et présentent une logique d'organisation à l'échelle du fleuve. Il convient de bien connaître les conditions de construction pour organiser la valorisation à différentes échelles.

L'organisation des cités comme les tendances architecturales seront également prises en compte si elles caractérisent le régime ou d'autres spécificités du fleuve comme du Sud-Ouest (bastides liées au fleuve telle que Grenade).

La connaissance du patrimoine permettra d'organiser la valorisation en priorisant des thèmes et/ou des secteurs et de susciter la mémoire collective de la population.

La connaissance du patrimoine naturel répond à la même logique de qualification pour distinguer ce qui relève :

- Des milieux humides de la plupart des cours d'eau et de leurs fonctions primordiales dans l'équilibre des écosystèmes comme des services rendus à la société
- Des sites naturels spécifiques à la Garonne
- Des témoignages d'une époque révolue
- De blessures du milieu naturel
-

Une prise de conscience des habitants et surtout des prestataires acteurs touristiques sera déterminante pour la plupart des actions de mise en tourisme de la Garonne.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Patrimoine Naturel - La Garonne a fait l'objet de nombreux inventaires concernant le milieu naturel (études znieff, études d'impacts, études liées au programme natura 2000...). Le recensement pourra être fait sur la base de conseils de spécialistes écologues qui feront partie de l'assemblée de projet. La Dréal pourra fournir une bonne partie des études tout en apportant des conseils et suggérer des priorités.

Patrimoine Artificiel – Il importe de faire appel à la mémoire collective (par commune ou communauté de communes) mais également de disposer d'une organisation avec quelques têtes de proues selon les thématiques : DDT (avec VNF), CAUE, services patrimoines des collectivités qui en disposent, DREAL...

Typologie / qualification – Une fois l'inventaire établi (au moins dans ses grandes lignes), il importera de qualifier ce patrimoine en fonction des possibilités de mise en valeur de la Garonne :

- Cohérence et intérêt sur une section de fleuve conséquente,
- Facilité de valorisation et de médiation,
- Thématique porteuse tant pour les habitants que pour les visiteurs,
- Prolongement des politiques touristiques déjà existantes,

Base de données – une organisation de la connaissance est essentielle tant dans la désignation de référents pour harmoniser et suivre la collecte des informations mais également de l'organisation à l'échelle du fleuve avec un animateur (voir fiche XX).

De la rigueur doit être observée pour garantir l'homogénéité de la collecte de la connaissance pour une consultation facile et une utilisation dans le cadre de diverses actions de mise en valeur.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	Etat – SMEAG
Partenaires :	Offices de Tourisme, CAUE, DREAL, SMEAG, EPCI, VNF, associations ...

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
50 000 € (inventaire)	0,1 ETP / an
Programmation	
2021 / 2022	



Action 2 : Concevoir et mettre en œuvre un concept de « géocaching in real life »

OBJECTIFS

- Susciter l'implication des habitants et de tous les acteurs touristiques du linéaire de la Garonne
- Susciter l'intérêt des visiteurs de tous âges pour la Garonne
- Donner un objectif de découverte et motiver les cheminements en bord de Garonne
- Provoquer les échanges et les rencontres
- Accentuer l'effet « maillon fort »

CONTEXTE

Comme beaucoup de cours d'eau, la Garonne présente quelques points spectaculaires et des environnements agréables. Cependant, la vallée n'offre pas un rythme élevé du renouvellement des attraits.

Et pourtant, beaucoup d'attraits existent (voir action-1 : identification des patrimoines). Si de prime abord, le visiteur ne les voit pas : il est possible de les lui faire trouver.

C'est l'esprit de l'action « Terra Aventura » développée en Région Nouvelle Aquitaine qui fonctionne assez bien : une énigme à résoudre, un trésor à trouver tout en cheminant dans un environnement agréable avec un thème dominant.

Terra-Aventura présente les avantages de permettre aux visiteurs d'être en totale autonomie et de découvrir ... SEUL tout mobilisant une logistique légère.

Sur la vallée de la Garonne, il est proposé que la découverte de type « chasse aux trésors », « Géocaching »... s'organise de manière à ce que les découvertes puissent se faire par des rencontres, des échanges physiques tout en laissant la possibilité de s'appuyer sur la technologie numérique. Les découvertes des énigmes, trésors, etc... s'opéreront par la rencontre avec les acteurs touristiques privés ou institutionnels voire des habitants. Ce sont donc les acteurs locaux qui constitueront la « ressource » pour les visiteurs.

Il s'agira donc d'un « Terra Aventura in real life ». De ces rencontres pourra naître la notoriété de la Destination

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Adaptation application Terra Aventura – Le concept pourrait être une déclinaison de l'application Terra-Aventura utilisée par la Région Nouvelle-Aquitaine. Cela permettrait de disposer d'une base déjà opérationnelle et surtout de bénéficier de la puissance de promotion régionale. En ce qui concerne la région Occitanie, le développement pourrait s'opérer dans un deuxième temps.

Sensibilisation/Mobilisation des acteurs – Le principe du Géocaching « in real life » ne vaut que si des acteurs sont disponibles, motivés et sensibilisés à la découverte du patrimoine de la vallée de la Garonne. Il conviendra de rechercher parmi les prestataires du secteur des personnes volontaires pour participer au jeu en aidant les visiteurs à trouver les réponses aux énigmes. Des réunions d'information régulières (1 par an) seront à organiser pour expliquer comment faire découvrir les énigmes.

Construction – Ce jeu est à organiser en priorité sur des maillons forts pour densifier au plus les flux. Il conviendra de faire un repérage du patrimoine culturel et naturel à mettre en exergue tout en permettant différentes découvertes en interaction avec la rencontre des acteurs touristiques. Ce travail serait idéalement mené par les offices de tourisme à la suite de l'identification du patrimoine fluvial

Observation/suivi – Il importera au plus haut point d'assurer des missions d'observation des clients auprès des acteurs pour connaître au mieux les motivations, ce qui plaît, s'ils consomment... en plus des données fournies par l'application. Cette observation doit permettre de faire évoluer le concept et le dupliquer sur d'autres secteurs de Garonne.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	Offices de Tourisme / Région Nouvelle Aquitaine
Partenaires :	EPCI, prestataires touristiques : hébergeurs, restaurateurs, site de visite, activités

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
20 000 € adaptation application	0,1 ETP / an par office de tourisme
Programmation	
2021 / 2022	2023....
Construction / Programmation	Déploiement

OBJECTIFS

- Encourager et garantir de bonnes conditions pour découvrir la vallée de la Garonne quel que soit le mode d'itinérance
- Renforcer l'identité (l'émergence) d'un territoire linéaire qui suit la vallée
- Permettre de ponctuer la vallée avec des étapes bien adaptées aux différents modes de déplacement.
- Promouvoir la vallée de la Garonne à tous les types d'itinérants : pédestres, vélos, motos, voitures, camping-cars

CONTEXTE

Le long de la vallée, il existe différents types d'hébergements et de possibilités de restauration. Cependant, leur ouverture n'est pas assurée et peut être parfois très restreinte.

Par ailleurs, que l'on soit à pied, en vélo, en voiture ou en camping-car voire en moto les attentes et besoins sont bien différents.

C'est pourquoi, il importera de bien identifier les structures ou sites qui permettent d'apprécier au mieux les moments d'étape le long de la Garonne en fonction du mode de déplacement.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Définir les cahiers des charges – Pour chaque type d'itinérance, il conviendra de définir les caractéristiques nécessaires à l'accueil :

- Période d'ouverture,
- Amplitude horaire,
- Services proposés,
- Distance de l'axe de la vallée,
- Mode de mise en valeur de la vallée
-

Il sera fortement recommandé de s'appuyer sur des labels existants du type « accueil vélo »

Répertoire et organiser le réseau – Selon les critères retenus, il conviendra de solliciter les prestataires qui correspondent (ou susceptibles de correspondre) aux critères. Il importera qu'ils puissent (si possible) également être des partenaires dans le cadre du Géocaching in life ».

Le référencement « vallée de la Garonne » conjugué au géocaching in life est susceptible d'apporter de la visibilité au projet « Destination Garonne ».

Le principe reposera sur l'adhésion volontaire sans aucune cotisation sous réserve de respecter les modalités des cahiers des charges.

Promotion – L'intérêt des prestataires sera de bénéficier d'une promotion supplémentaire. Cette promotion pourra être assurée par une mention spéciale sur les supports de promotion institutionnels. Selon l'ampleur du projet... le relais pourra être local, départemental et bien entendu régional.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage : **Offices de Tourisme / SMEAG**

Partenaires : **Prestataires touristiques**

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
Pour mémoire	0,1 ETP / an par office de tourisme

Programmation

2021 / 2022	2023....
Construction / Programmation	Déploiement

Action 4 : Faire émerger une itinérance œnologique en vallée de Garonne

OBJECTIFS

- Structurer le territoire linéaire de la Garonne par l'identité des appellations
- Identifier le val de Garonne et les coteaux de Garonne comme terroir
- Renforcer la promotion du territoire « Garonne » et de ses terroirs par une dénomination d'envergure
- Mettre en réseau les différentes appellations
- Provoquer des synergies et des itinérances entre les appellations le long du val de Garonne
- Participer à la structuration des mailons forts et au Géocaching « vivant »
- Affirmer une identité pour les vins du sud-Ouest

CONTEXTE

La vallée de la Garonne et ses coteaux comptent de nombreuses appellations viticoles et non des moindres. Les appellations les plus prestigieuses du monde sont dans le val de Garonne. D'autres sont moins connues de part l'écrasante notoriété des vins de Bordeaux et le relatif manque de notoriété et d'identité géographique. On ne sait pas où se trouve le Fronton, les côtes du Marmandais, le Brulhois... pas bien plus que le Sainte-Croix du Mont et quelques autres appellations pourtant bordelaises.

Tout comme, les vins de Loire ont une belle notoriété que l'on peut situer géographiquement, l'idée des vins de Garonne ne peut elle pas à la fois valoriser le fleuve et les appellations concernées dans cette vitrine du Sud-Ouest ?

A ce jour, les vignobles des bords de Garonne font l'objet d'une valorisation itinérante fluviale dans le cadre d'un produit touristique qui conjugue Bateaux et Excursions cyclistes. Il s'agit de vignobles entre Bordeaux et Langon dotés d'appellations prestigieuses et/ou très connues.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Organiser la présentation des appellations – Décrire les caractéristiques des vins de manière simple hors du langage œnologique mais en parlant de vin noirs et des bonnes conditions de dégustation. La présentation de l'histoire des appellations prends toute son importance et de surcroît si un lien peut être fait avec la Garonne. Enfin, les légendes diverses et variées sont à rechercher ou à inventer pour exciter l'attrait.

Mobiliser les appellations et les viticulteurs – En vue de créer une synergie physique ou virtuelle avec la Garonne et son histoire, les acteurs viticoles pourront être sollicités pour participer à la construction des mailons forts, des hébergements liés au val de Garonne, au géocaching vivant. Enfin, des propriétés comme des offices de tourisme ou coopératives peuvent constituer des pôles relais et repères pour différentes itinérances.

Promouvoir l'idée des vins de Garonne – L'intention peut être simple ou très délicate. Tout réside dans le souhait des organisations professionnelles à identifier quelques appellations du Sud-Ouest en tant vins de Garonne. Selon les ambitions, le concept de vins de Garonne pourra être décliné sur les différents supports numériques institutionnels.

Le chemin des vins de Garonne – A pied, en vélo, en bateau, avec motorisation... le cheminement peut être proposé de moutt façons selon les propriétés mobilisées. Sempiternelle route des vins certes... mais le chemin des vins de Garonne apportera notoriété pour le fleuve comme pour la plupart des appellations y compris certaines bordelaises.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage : **Offices de Tourisme / Syndicats viticoles – interprofession des vins du Sud-Ouest**

Partenaires : **Prestataires touristiques**

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
20 000 € adaptation des supports numériques 50 000 € balisage	0,5 ETP / an cumulé entre OT et interprofession viticole
Programmation	
2021 / 2022	2023....
Mobilisation / Programmation	Déploiement

📌 Action 5 : Organiser la promotion du concept « Garonne, vitrine du Sud-Ouest »

OBJECTIFS

- Donner une existence à la « Destination Garonne »
- Permettre de découvrir l'offre spécifique « Destination Garonne »
- Promouvoir le concept « Destination Garonne »

CONTEXTE

A ce jour, « Destination Garonne » n'existe pas.

Aucun leadership n'existe non plus pour porter le projet de manière transversale et sur l'ensemble du cours de la Garonne : les régions Nouvelle Aquitaine et Occitanie n'ont pas identifié la valorisation de la Garonne en tant que destination dans leurs priorités.

A ce jour, les structures susceptibles de s'investir dans la construction de la Destination Garonne sont relativement esseulées et ne disposent pas des moyens financiers et humains pour porter le projet.

Enfin, la mise en place d'une structure fédératrice pour assurer le portage et la gouvernance du projet risque d'être très complexe et lourde à mettre en place. Il en ressort que la valorisation et la promotion de la « Destination Garonne » sera fonction de l'implication des forces vives qui portent les actions.

La mise en place du tronçon Bordeaux-Marmande pourra expérimenter la valorisation du concept tant pour l'organisation de la promotion que pour la création de l'offre spécifique de la destination.

Le contenu, la forme et l'ampleur des actions de promotion seront fonction de l'offre représentée par « Destination Garonne » et des structures porteuses.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Création de l'offre spécifique « Garonne » – Avant toute velléité de promotion, il convient de disposer d'une offre conséquente spécifiquement liée à la Garonne qui se distingue de l'offre proposée actuellement au gré des territoires « mouillés » par la Garonne. L'offre indispensable doit a minima couvrir :

- Un maillon fort assez conséquent (Bordeaux – Marmande par exemple).
- Une répartition de prestataires relais (hébergement – restauration – activités – visites) homogène tant sur le linéaire que sur les coteaux.
- Différents produits (ou offres conséquentes) orientés « Destination Garonne » pour chaque cible de clientèles.

Etablir une stratégie de promotion – Sans structure support à court terme, la promotion devra être particulièrement rationnelle avec :

- L'identification des ressources propres aux structures et territoires impliqués dans la construction de « Destination Garonne »
- L'expérimentation sur le « maillon fort » Bordeaux-Marmande,
- L'organisation de la stratégie pour correspondre au mieux aux plans d'action des organismes régionaux et départementaux

Mise en œuvre – Le temps et les budgets pour mettre les actions en œuvre seront comptés. Dès lors, cette mise en œuvre pourra s'organiser avec :

- Un système de gouvernance (cf. Action-16..) adaptable au projet avec mise en commun des moyens et répartition des tâches
- L'utilisation des ressources propres de chaque structure (matérielles, financières et humaines) dans un cadre de logique de répartition des tâches et de mobilisation des moyens sur principes de concours financiers.
- Un travail de lobbying (Action-16 et 17) auprès des structures régionales et départementales pour la prise en compte « Destination Garonne »
- Débuter par un plan d'action expérimental pour mieux préparer les suivants et ajuster l'offre

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage : **Offices de Tourisme / EPCI**

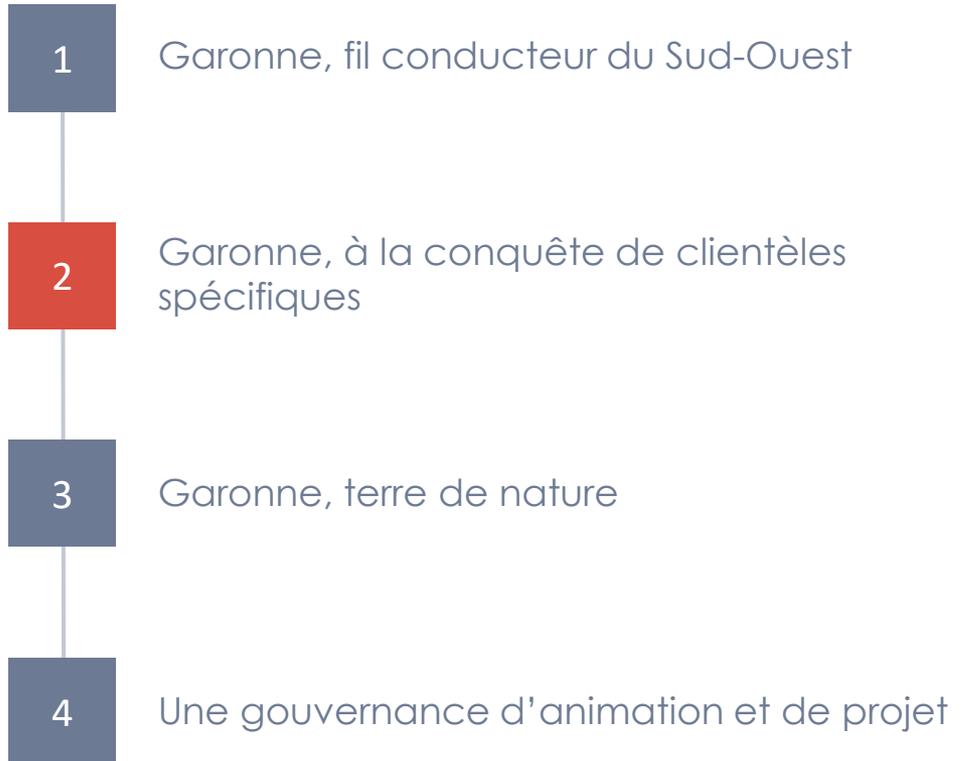
Partenaires : **CRT – CDT**

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
30 000 € / an Plan d'action « Destination Garonne »	0,1 ETP / an par office de tourisme
Programmation	
2022	2023....
Plan action promo expérimental	Plans annuels



OSSATURE DU PLAN D' ACTIONS



GARONNE, A LA CONQUÊTE DES CLIENTÈLES SPÉCIFIQUES

- **Action 6** Mini-croisière de proximité conjuguées avec VAE
- **Action 7** La route de Garonne en camping-car
- **Action 8** Le sens de la route de l'eau pour les jeunes adultes
- **Action 9** L'aventure pour tous
- **Action 10** Acquisition et exploitation d'un parc roulant mobilité douce



AXE B / GARONNE, À LA CONQUÊTE DES CLIENTÈLES SPÉCIFIQUES

OBJECTIFS

- Provoquer des flux touristiques, en semaine, sur les ailes de saison
- Utiliser les flottes de bateaux durant les semaines des ailes de saison
- Susciter la venue de péniches-hôtels sur le réseau navigable (fleuve et canal)
- Utiliser les ports de plaisance en guise de pôles relais pour parcs de vélos et VAE (Vélo à Assistance Electrique)
- Séduire les clientèles à moins de 150 km (agglomérations Toulouse et Bordeaux)
- Renforcer la synergie Canal / Fleuve

CONTEXTE

La Garonne n'est pas une destination identifiée pour les publics lointains. Le canal de Garonne ne dispose d'aucune notoriété. Il n'est que le suppléant du canal du Midi et il est parfois dénommé canal des deux mers.

Les bassins de population de Bordeaux et Toulouse sont très conséquents tout comme la part des séniors.

Le contexte sanitaire récent tout comme les tendances à la préservation des ressources énergétiques redonnent un intérêt au tourisme de proximité.

Les flottes nolisées restent très peu utilisées durant les mois de mai, juin, septembre, octobre en particulier du lundi au jeudi. Les tarifs proposés sont alors particulièrement attractifs.

Les aménagements cyclables le long du canal sont prisés et l'intérêt du public pour les embranchements latéraux est sous-exploité (Marmande, Montech, Moissac en particulier)

📌 Action 6 : Mini-croisière de proximité conjuguées avec VAE

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du produit – Sur la base de 2 nuits à bord, la conjugaison de la navigation et des découvertes de la vallée de la Garonne avec des vélos (VAE de préférence) pour facilement rejoindre des sites de visite ou des lieux de restauration qui font partie du réseau « Destination Garonne » voire des vignobles.

Le concept peut se décliner en A/R (flotte nolisée) ou en aller simple (péniches-hôtel) à partir de pôles majeurs (portuaires) et idéalement sites attractifs de maillons forts.

Mise en œuvre – La mise en œuvre est relativement facile si les actions fondamentales liées à Destination Garonne sont opérationnelles (maillons forts, réseaux de prestataires, parcs vélos-VAE) :

- Approche des loueurs de bateaux pour concevoir les offres, le marketing, les tarifs, les partenaires...
- Définition de la mise à disposition d'une partie du parc vélos-VAE (cf. Action-10)
- Identification des points les plus attractifs et prestataires adaptés au produit sur les maillons forts concernés,
- Valoriser l'attrait d'un aller/retour avec la possibilité de mieux profiter des excursions en VAE,
- S'appuyer sur les fichiers clientèles des OT (Toulouse-Bordeaux en particulier) et des CRT,
- Réaliser des publi-reportages dans la PQR (Presse Quotidienne Régionale)
- Investir les réseaux sociaux connexes aux activités des séniors

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	Offices de Tourisme
Partenaires :	Loueurs de bateaux du secteur Péniches hôtels OT des agglomérations CRT

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
10 000 € PQR et réseaux sociaux	0,1 ETP / an par office de tourisme
Programmation	
2021 / 2022	Automne 2022 et à partir de 2023....
Construction / Programmation	Déploiement



AXE B / GARONNE, A LA CONQUÊTE DES CLIENTÈLES SPÉCIFIQUES

OBJECTIFS

- Provoquer des flux touristiques sur les ailes de saison
- Utiliser les diverses possibilités de stationnement le long du fleuve
- S'appuyer sur la clientèle camping-cariste facilement accessible
- Séduire les clientèles lointaines voire internationales

CONTEXTE

Les propriétaires de camping-car sont pour les 2/3 des séniors. Leurs périodes de déplacement sur le territoire national couvre les mois de mai, juin, septembre, octobre.

Le parc de camping-cars augmente de plus de 10% par an depuis plus de 20 ans. Le parc cumulé de France et d'Allemagne représente environ 1 million de véhicules sur les 1,6 millions que représente le parc européen.

Le contexte sanitaire a encore précipité les ventes de camping-cars pour dépasser les 20% de progression de vente sur l'année 2020.

Le public sénior est un des rares publics à savoir situer les grands cours d'eau français !!!

La clientèle camping-cariste sénior est friande des destinations « traditionnelles » et particulièrement sensible aux gestes qui portent attention à elle.

Le réseau camping-cariste est très performant pour communiquer.

Action 7 : La route de Garonne en camping-car

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du produit – Le camping-car peut faire fi des manques de prestation d'hébergement. Il est donc possible de dessiner le parcours idéal pour découvrir la Garonne :

- Lieux où acheter des produits locaux,
- Sites de visites patrimoine naturel et culturel,
- Meilleures étapes,
- Valorisation d'une logique de progression pour s'immerger au mieux dans l'histoire et la géographie du fleuve

Construction – La mise en œuvre est relativement facile et rapide (par rapport aux autres actions) bien qu'il sera utile d'assurer les actions fondamentales (maillons forts, réseaux de prestataires) :

- Identification et qualification de toutes les possibilités de stationnement en vallée de Garonne
- Susciter le stationnement chez des producteurs mais également sur les diverses possibilités des restaurateurs en vue de proposer des soirées étapes « camping-car »
- Construire tous les deux ou trois ans une route de découverte de la Garonne avec des thèmes différents.

Mise en œuvre – L'énorme avantage du camping-car repose sur la grande facilité pour cibler les clientèles :

- Achats d'encarts publicitaires sur le site Park4night
- Réalisation de publi-reportage dans la presse spécialisée
- La suite s'opérera spontanément par les réseaux sociaux.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage : **Offices de Tourisme / EPCI**

Partenaires : **Prestataires touristiques, viticulteurs, producteurs locaux, maisons de Garonne**

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
30 000 € Définition de la route camping-car « Garonne »	0,1 ETP / an par office de tourisme la première année 5 000 €/an

Programmation

2021	2022....
Construction / Programmation	Déploiement



AXE B / GARONNE, A LA CONQUÊTE DES CLIENTÈLES SPÉCIFIQUES

OBJECTIFS

- Venir en complément des structures régionales et départementales pour séduire des clientèles nouvelles et aux attentes/besoins complexes
- Renouveler sensiblement les clientèles et la perception de la vallée de la Garonne
- Disposer d'une base d'actions expérimentales pour suivre les nouvelles clientèles au gré de ses évolutions

CONTEXTE

La clientèle des jeunes adultes est plutôt bien cernée dans les comportements d'achats des produits manufacturés. Par contre en termes de tourisme, la complexité est immense. Cette clientèle est parfois très rationnelle, souvent très subjective... Mais hors des stations ou villes très en vue, attractives pour cette clientèle, l'impératif essentiel est : quoi retirer de l'expérience/aventure touristique?

Aventure/expérience fait appel à l'émotion mais pas nécessairement au « sensationnel » : une rencontre, la compréhension d'un phénomène environnemental voire des moments de contemplation hors paire peuvent apporter tout le sensationnel attendu.

Pour séduire cette clientèle, les attraits touristiques habituels doivent revoir de fond en comble leurs mise en scènes.

Enorme avantage de la destination Garonne : elle part de la feuille blanche.

Action 8 : Le sens de la route de l'eau pour les jeunes adultes

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du produit – Permettre la découverte de la Garonne et de sa vallée en totale autonomie. Pouvoir découvrir les productions locales par un contact privilégié avec le producteur et surtout pouvoir comprendre l'histoire et la vie de ce fleuve : usage/protection au travers des temps, Rien ne doit être prévu mais tout doit pouvoir se construire, C'est pourquoi, il importerait d'avoir mis en place les actions dites fondamentales (géocaching vivant, maillons forts, parcs de vélos et VAE) avant de tenter de séduire cette clientèle.

Construction – En plus des actions fondamentales, il importerait :

- De concevoir une application numérique qui permettra « d'accrocher des sujets et sites d'intérêt » et de stimuler la logique d'interprétation en posant des questions,
- D'identifier les sites à découvrir et de les qualifier en fonction de ce qu'ils peuvent apporter à la découverte du fleuve (sites naturels, anciennes manufactures, systèmes hydrauliques, ...). Il s'agira de compléter le recensement de l'action 1 mais en y ajoutant le pourquoi, les histoires, les légendes, les personnages. La mise en œuvre pourra aussi être déclinée dans des logiques festives liées à la gastronomie et aux activités nature.
- Proposer un cheminement astuces/découvertes avec des possibilités de bivouac sur des sites stratégiques pour la compréhension de la vie du fleuve (Maison de Garonne)
- Disposer de maillons forts permettant le gare à gare mais également des maillons forts totalement opérationnels pour motiver de faire un aller-retour en modifiant le mode d'itinérance.

Mise en œuvre – la grande difficulté est de réussir à être visible auprès de cette clientèle. Il convient de mutualiser le travail et de mener les actions de manière progressive avec la mise en place d'indicateurs pour assurer l'observation des résultats :

- Organiser un maillon fort à partir des agglomérations de Bordeaux et/ou Toulouse pour assurer la notoriété,
- Convaincre les OT d'agglomération et les CRT de consacrer à la Garonne une partie de leurs actions envers cette clientèle,
- Identifier des groupes d'influenceurs sur les métropoles et les sensibiliser in situ au « phénomène Garonne »

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage : Offices de Tourisme agglomérations

Partenaires : EPCI, Sites de visite, DREAL, EDF, Chambres agriculture, ...

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
100 000 € application / Recensement / animation de base	0,1 ETP / an par office de tourisme
Programmation	
2021 / 2023	2024....
Construction / Programmation	Déploiement



AXE B / GARONNE, A LA CONQUÊTE DES CLIENTÈLES SPÉCIFIQUES

OBJECTIFS

- Capturer les clientèles qui vivent au rythme des start-up et des activités dans les nouvelles technologies.
- Investir sur une base de clientèle pour les 10 ans qui viennent
- Remettre en scène les attraits les plus traditionnels de la vallée de la Garonne

CONTEXTE

Les startuper, les travailleurs du web et de la communication sont dans des évolutions de vie au cours de laquelle les premiers enfants sont nés... et sont encore petits.

Ils attendent que les vacances leur apportent le lot de souvenirs et de resserrement de la cellule familiale (et/ou amis).

A l'opposé, la déconnexion totale est parfois attendue avec une prise de distance par rapport aux habitudes : on part en groupe de copains, entre amis hors de la cellule familiale.

Quoiqu'il en soit... l'aventure est attendue au coin du bois... ou dans un méandre de Garonne, tout en étant accessible et appréciée par tous : petite aventure (accessible et peu risquée) mais qui dure parfois dans le temps (8 jours et plus).

Action 9 : L'aventure pour tous

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du produit – Facile à organiser par manque de temps, la garantie de profiter au mieux, enclins aux surprises... c'est l'aventure pour tous.

A pied assez rarement par manque de diversité mais bien plus motivés par le vélo comme le VAE voire le bateau et même le canoë avec bivouac sur les îles, ces clientèles sont avides de traditions remises en scène.

Aventure pour tous, c'est également l'émerveillement d'un enfant qui réalise 20km par jour avec ses parents et qui s'impressionne lui-même par son parcours qu'il pourra visualiser sur une carte de France en y faisant apparaître les photos prises au fur et mesure du périple...

Construction – Pour cette clientèle, il convient avant tout de :

- Quantifier et qualifier l'offre existante (hébergement, restauration, producteur)
- Disposer du parc Vélos-VAE
- Disposer de prestataires de canoës motivés
- Hiérarchiser les sites de visite et les curiosités (sites d'étape, sites de parcours)
- Mettre en avant les horaires de train par gare en précisant les conditions pour transporter du matériel (en particulier les vélos).

Mise en œuvre – Les produits sont assez faciles à mettre en œuvre. Pour la plupart, ils existent déjà mais sans être associés à la Garonne :

- En vélo, c'est la véloroute des 2 Mers qui est proposée le long du canal des 2 Mers...
- En canoë/kayak, les prestations n'évoquent que discrètement le Fleuve

C'est donc dans la mise en valeur des mutualisations autour de la Garonne que l'offre de l'aventure pour tous pourra être la mieux promue.

Par ailleurs, il importera de susciter l'intérêt des publics des grandes agglomérations « mouillées » par la Garonne avec :

- La mobilisation des collectivités pour mettre en exergue la Garonne et l'invitation à l'aventure pour tous dans les lettres d'information,
- Identifier des groupes d'influenceurs sur les métropoles et les sensibiliser in situ au « phénomène Garonne » (cd. Fiche action 8)

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :

Offices de Tourisme

Partenaires :

EPCI, prestataires touristiques :
hébergeurs, restaurateurs, site de
visite, activités

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
5 000 € opération influenceurs	Néant – fonctionnement normal des OT et EPCI
Programmation	
2021	2022....
Construction / Programmation	Déploiement



AXE B / GARONNE, A LA CONQUÊTE DES CLIENTÈLES SPÉCIFIQUES

OBJECTIFS

- Permettre aux clientèles sur site d'enrichir ou de prolonger leurs séjours
- Faciliter les séjours itinérants pour les familles, groupes et toutes autres personnes en défaut de matériel,
- Construire des produits touristiques qui conjuguent plusieurs modes de déplacements,
- Rendre accessibles de manière non carbonée différents sites de visites,
- Profiter au mieux de l'offre issue du concept des maillons forts.

CONTEXTE

La découverte d'un fleuve est souvent organisée de manière linéaire... et invite à l'itinérance.

L'itinérance douce est à promouvoir avant tout pour différentes « bonnes » raisons :

- D'un point de vue environnemental, il convient d'éviter les modes de déplacements carbonés
- D'un point de vue pratique, il est plus aisé de manipuler un vélo qu'une voiture
- D'un point de vue découverte, le vélo offre une belle autonomie et un niveau de détail avec des possibilités d'arrêts inégalées (à pied le rayon d'action est faible, en voiture, les nuances disparaissent)
- D'un point de vue économique, tant que les touristes sont à vélo, ils restent sur le secteur,
- Le Val de Garonne est naturellement doté pour le slow tourisme (parcs, forte biodiversité, véloroute, sentiers de randonnées, tourisme fluvial).
- Les clients du slow tourisme ont un niveau de dépenses journalières plus élevé que la moyenne

Enfin, la stratégie générale de la valorisation de la « Destination Garonne » repose sur le slow tourisme, il convient de faciliter les conditions de pratique.

Action 10 : Acquisition et exploitation d'un parc roulant mobilité douce

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description de l'action – Il s'agit de constituer un parc de matériels roulant, essentiellement des vélos et des VAE mais également des tandems, des trottinettes électriques, des vélos couchés, des tricycles, ...
Les points de départ des maillons forts seront nécessairement équipés. Cependant, il est envisageable que ce parc soit mutualisé sur l'ensemble de la vallée de la Garonne (un vélo loué à Carbonne doit pouvoir être déposé à Marmande). Des conventions d'entretien du matériel seront à prévoir tout comme les conditions du renouvellement du parc en fonction des lieux d'utilisation (endroit de location et de dépôt).

Dans un premier temps, le parc sera probablement public mais il est possible que les prestataires adhérents à la Destination Garonne se dotent également de matériel. Au plus le matériel sera diversifié, au plus les clients seront susceptibles de trouver le modèle qui leur convient (forme et taille, en particulier pour les enfants).

Par ailleurs, une organisation logistique sera indispensable pour :

- Rapatrier le matériel sur les secteurs les plus sollicités,
 - Organiser les déposes et reprises du matériel en maintenance/réparation
- Le matériel pourra être en libre service comme remis de manière personnelle dans un organisme public (OT) ou chez un prestataire.

Mise en œuvre – Sur les agglomérations, il importera de distinguer ce matériel des vélos disponibles dans le cadre de la politique des déplacements urbains.

Le parc est à constituer en plusieurs étapes :

- Parc expérimental sur un maillon fort (Bordeaux-Marmande : 50 unités, une remorque, un prestataire d'entretien)
- Parc confirmé (sur la base du volontariat et des territoires impliqués dans le projet Destination Garonne - 100 unités),
- Parc abouti (disponible sur l'ensemble du linéaire – entre 200 et 500 unités avec les prestataires d'entretien répartis sur l'ensemble du linéaire et le matériel de logistique adapté). Dans ce cadre, on peut également supposer que les acteurs touristiques (hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités) participent de manière importante voire se substituent aux collectivités pour prendre le relais.

INTERVENANTS

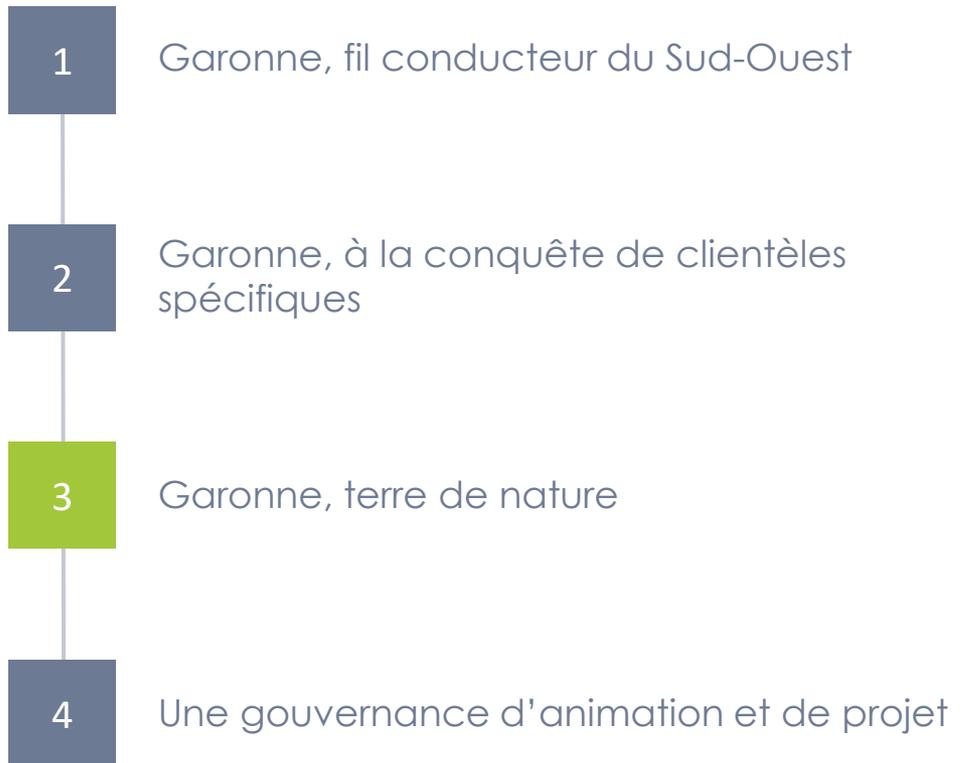
Maîtrises d'Ouvrage :	Offices de Tourisme – EPCI – Prestataires touristiques
Partenaires :	Réparateurs, garagistes, transporteurs, ...

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
70 000 € premier maillon fort (50 unités)	1 ETP transport et maintenance
Programmation	
2021-2022	2022
Constitution du maillon fort et du parc adapté	Exploitation



OSSATURE DU PLAN D' ACTIONS



GARONNE, TERRE DE NATURE

- **Action 11** Magnifier les sites de confluence et des sources
- **Action 12** Repérer et qualifier les accès à la Garonne
- **Action 13** Recenser, Qualifier, Valoriser et Promouvoir les itinéraires en bord de Garonne
- **Action 14** Affirmer la vocation des maisons de Garonne de manière cohérente
- **Action 15** La Garonne au fil de la technologie hydraulique



Action 11 : Magnifier les sites de confluence et des sources

OBJECTIFS

- Construire les sites naturels phares et incontournables de la vallée de Garonne en synergie avec le travail de protection et valorisation du patrimoine naturel
- Permettre un repérage du territoire de Garonne
- Garantir la sensibilisation des visiteurs à la valeur patrimoniale des sites naturels

CONTEXTE

Les confluences avec les grandes rivières sont des sites rares. Les confluences sont également des sites très particuliers d'un point de vue de la biodiversité... de la géomorphologie. Les trois confluences emblématiques de la Garonne sont celles avec :

- L'Ariège (en grande partie déjà mise en valeur dans le cadre de la réserve naturelle),
- Le Tarn (avec un potentiel culturel et naturel hors paire)
- Le Lot (avec de grandes difficultés liées aux propriétés foncières),

La confluence avec la Dordogne sera laissée de côté eu égard à l'impossibilité de découvrir le site compte-tenu de l'occupation actuelle (Site industriel inaccessible).

D'autres confluences pourront être également mises en valeur mais disposent d'une moindre notoriété.

Enfin, les secteurs des sources méritent les plus grandes attentions. En effet, l'intérêt pour connaître la vraie source, la découverte du trou du Toro, l'histoire de sa découverte constituent une formidable histoire et une entrée en matière pour découvrir la Garonne.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du projet – Comment découvrir les confluences ? Comment y accéder à coup sûr, sans empiéter sur les espaces interdits ou fragiles ? De quelles manières l'information doit être accessible ? Dans quel ordre ?... Enfin, quelles sont les spécificités des cours d'eau qui constituent les confluences ?

Autant de découvertes à faire... et si possible visualiser l'évolution de la forme des confluences... Ces lieux sont magiques et laissent pourtant bien du monde indifférent.

Pour éviter le panneautage, les découvertes seront avant tout organisées avec des applications numériques qui pourront s'adapter selon le profil des visiteurs (âges, sujets d'intérêt, niveau de connaissance scientifique)

Une fois sur les sites de confluence, il importera de signaler les autres sites naturels à proximité (ou non) qui méritent visites pour compléter tel ou tel sujet.

La motivation de la découverte sera surtout basée sur un jeu de questions/réponses... avec quelques panneaux (le minimum) et les applications. Les réponses pourront être en ligne mais également dans le cadre du Géocaching in life.

Construction – Pour cette action, il convient avant tout :

- D'organiser l'accès à vélo et proposant un mode de stockage des vélos (mais également pour les canoës),
- De concevoir un projet de découverte accessible à tous les types de clientèle
- De développer (ou adapter) une application numérique qui sera utilisée pour l'ensemble des sites naturels valorisés en vallée de Garonne
- D'avoir mis en place le géocaching in life
- D'avoir développé un projet d'interprétation des sites de confluence

Mise en œuvre – Les sites de confluences et autres sites à haute valeur environnementale feront l'objet de :

- Mise en valeur particulière dans le cadre des maillons forts
- De présentation dans chaque maison de Garonne
- De réunions de sensibilisation auprès des prestataires adhérents à « Destination Garonne »
- D'un reportage photo pour divers affichage et décorations

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	Maisons de Garonne / EPCI
Partenaires :	Propriétaires foncier, Gestionnaires de site, DREAL, SMEAG, prestataires touristiques : hébergeurs, restaurateurs, site de visite, activités

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
500 000 € pour les 3 sites	0,25 ETP / an par site
Programmation	
2021-2023	2024
Préparation des sites et des actions d'accompagnement	Mise en place

AXE C / GARONNE, TERRE DE NATURE

OBJECTIFS

- Faciliter le contact avec le fleuve dans le cadre d'une démarche de sensibilisation
- Remettre le fleuve dans le quotidien des riverains
- Favoriser les flux de découvertes pour les publics itinérants
- Répartir les flux en fonction des attentes
- Garantir le contact avec le fleuve pour les visiteurs qui découvrent le territoire
- Disposer d'une base de données pour l'observation de l'évolution des sites d'accès à la Garonne.

CONTEXTE

Les accès au fleuve sont multiples et divers. Certains sont avant tout techniques pour des mises à l'eau, d'autres sont dangereux, certains sont fragiles, un bon nombre « dédiés » aux barbecues nocturnes, pas mal sont accaparés par les pêcheurs, quelques-uns disparaissent, une poignée fait l'objet d'espace de détente et pique-nique, enfin de plus en plus font l'objet d'une grande attention environnementale.

Devant ce constat, il importe de désigner ceux à prioriser dans le cadre d'une découverte touristique :

- Sites qui illustrent parfaitement la compréhension du patrimoine fluvial naturel comme artificiel,
- Sites qui invitent à la détente, au farniente, à tremper ses pieds dans l'eau,
- Sites à réserver à l'embarquement,
- Sites fragiles et/ou dangereux à réserver aux personnes organisées qui connaissent le fleuve (attention à ne pas considérer tout site en bord d'eau comme dangereux),
- Sites mal fréquentés et dégradés qui nécessitent une intervention spécifique.

📍 Action 12 : Repérer et qualifier les accès à la Garonne

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du projet – Quels sites seront désignés pour accueillir les visiteurs ? Selon les périodes, les activités, les sujets d'intérêt... il importe que le visiteur qui veut découvrir la Garonne puisse sans (trop) d'hésitation aboutir en bord de Garonne sur un site qui correspond à ses attentes.

De surcroît, l'accès doit être cohérent avec son mode de déplacement... ce qui peut impliquer des aménagements lourds parfois.

Construction – Avant tout un travail de recensement, de qualification, de priorisation :

- Une base de données est à construire et à partager avec différents contributeurs
- Des groupes de travail sont à organiser par secteur pour vérifier, qualifier et proposer une vocation à chaque site,
- Les sites dévolus à l'accueil des visiteurs seront désignés aux offices de tourisme ainsi qu'aux EPCI concernés tout en précisant les conditions de mise en valeur (aménagement, périodes, priorités)
- Selon les préconisations générales, les EPCI proposeront les conditions d'accueil à organiser.

Mise en œuvre – Une fois les sites d'accueil désignés... il appartiendra aux offices de tourisme de communiquer (ou pas) sur les accès à la Garonne en informant les prestataires adhérents au réseau destination Garonne.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	DREAL-SMEAG (recensement organisation des groupes de travail) Communes / EPCI pour organisation accueil
Partenaires :	Pêcheurs, prestataires d'activités nautiques, pompiers, gendarmerie, VNF, EDF

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
Non évaluable à ce stade	0,25 ETP / an par cumulé DREAL/SMEAG
Programmation	
2021-2022	2023-2024
Recensement / groupes de travail / désignation des sites	Projets locaux en convention avec l'Etat



AXE C / GARONNE, TERRE DE NATURE

OBJECTIFS

- Garantir la « complicité » avec Garonne par une proximité de cheminement intime proche du fleuve
- Construire des cheminements qui intègrent les bords de Garonne
- Connaître les futures ouvertures comme les sections impossibles à franchir
- Identifier les sections à ouvrir

CONTEXTE

Le projet « destination Garonne » annonce implicitement le cheminement le long du fleuve. Le cheminement le long d'un fleuve n'est pratiquement jamais possible de bout en bout. Mais entre les petites « touches » et des sections de plusieurs dizaines de kilomètres aménagées ou non... toutes les configurations sont possibles.

Il est néanmoins essentiel de proposer des sections de cheminement relativement conséquentes et impérativement connectées à des itinéraires attractifs qui relient des sites de visites, des prestataires, des producteurs, des services... des bourgs. Cependant, les sections utilisables sont parfois difficiles à atteindre faute de pont ou de liaisons avec d'autres itinéraires publics.

Dans le cadre de l'organisation des maillons forts, la Garonne pourra-t-elle offrir un cheminement conséquent ou bien ne permettre que des accès ponctuels sans cheminement possible vers des sites attractifs et/ou de service ?

La connaissance des possibilités de cheminement est primordiale. La connexion de ces cheminements avec d'autres itinéraires publics est essentielle. Ces cheminements, accès, etc... en bord ou pour gagner la Garonne pourraient arborer le nom de « Garonne » dans leur désignation pour renforcer l'idée de « Destination Garonne »

Action 13 : Recenser, qualifier, valoriser et promouvoir les itinéraires en bord de Garonne

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du projet – Dans quelles conditions peut-on accéder et découvrir la Garonne ? Le cheminement est-il homogène (même revêtement) ? De quelles vues dispose-t-on à partir du cheminement des bords de Garonne ? Une thématique de découverte se dégage-t-elle sur un cheminement de bord de Garonne ? Quels sites sont desservis ?

Il s'agira d'organiser les itinéraires du Val de Garonne et de leur donner une attractivité pour permettre de valoriser le fleuve. Dès lors comme pour les sites d'accès, il s'agira :

- De recenser et qualifier tous les cheminements des bords de Garonne (par extension, un diagnostic de l'ensemble des berges peut également être envisagé avec une rubrique « cheminement »).
- De déterminer les tronçons stratégiques (et pour quel usage)
- D'apprécier les possibilités de cheminement en fonction du mode déplacement,
- De déterminer les travaux nécessaires et les effets induits (environnementaux et économiques) pour permettre chaque type de cheminement.

Construction – Sur la base du diagnostic, établir un programme d'utilisation (ou pas) des cheminements le long du fleuve tout en indiquant les priorités et les conditions de faisabilité.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	DREAL-SMEAG (recensement organisation) - Départements (PDIPR)
Partenaires :	EPCI/Communes - Pêcheurs, prestataires d'activités nautiques, pompiers, gendarmerie, VNF, EDF

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
100 000 € d'étude/diagnostic	Impact limité
Programmation	
2021-2022	2023-2024
Réalisation du diagnostic	Projets locaux en convention avec l'État



AXE C / GARONNE, TERRE DE NATURE

OBJECTIFS

- Permettre d'identifier des fonctions, des services, des vocations, un concept à partir de l'expression « Maison de Garonne »
- Faciliter la collaboration entre les Maisons de Garonne
- Donner de la visibilité aux Maisons de Garonne
- Affirmer les maisons de Garonne comme des pôles de ressources « Garonne »
- Décliner des fonctions de Maisons de Garonne auprès d'autres acteurs (OT, prestataires touristiques)

CONTEXTE

Les maisons de Garonne, au nombre potentiel d'une huitaine, sont pour la plupart en phase de développement. Les projets ne sont pas tous finalisés mais on constate de grandes disparités entre tous ces projets. A cela, s'ajoute des distances relativement importantes entre elles ce qui nuit à leur identification.

A priori, les maisons de Garonne peuvent tout aussi bien être un esprit « Garonne » qu'un lieu.

Pour garantir, la notoriété, des fonctions de relais, de sensibilisation... une cohérence et une vocation commune à toutes s'avère indispensable.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	Comité des Maisons de Garonne
Partenaires :	DREAL – SMEAG Experts de développement environnemental et touristiques

Action 14 : Affirmer la vocation des maisons de Garonne de manière cohérente

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du projet – Donner à toutes les Maisons de Garonne une base de fonctions communes que les visiteurs retrouveront dans chacune d'elles. Il ne s'agit en aucun cas de dupliquer les maisons mais de proposer des fonctions communes, à titre d'exemple :

- Une partie exposition,
- Une fonction restauration,
- Des fonctions de guides nature,
- Des fonctions ressources avec des documents,
- Des fonctions de sensibilisation, renseignements,
-

Construction – Le principe pour disposer d'une bonne cohérence dans la vocation des maisons de Garonne sera de construire un cahier des charges commun que chacune d'elle respectera. Certaines parties pouvant être optionnelles d'autres obligatoires.

De plus, il sera possible d'envisager des Maisons de Garonne « secondaires » qui pourront présenter quelques unes des fonctions déterminées pour permettre à des prestataires (restaurateurs, activités de pleine nature, Offices de tourisme...) de promouvoir l'idée de Maison de Garonne tout en assurant une partie des fonctions d'une maison de Garonne. Pour les prestataires du réseau « destination Garonne », il s'agira d'une distinction complémentaire liée à une action de valorisation ou de sensibilisation au patrimoine naturel et culturel de la Garonne.

Mise en œuvre – Un Comité de pilotage des Maisons de Garonne sera constitué pour définir les cahiers des charges. Ce Comité pourra être composé avec les représentants des différentes Maisons de Garonne accompagnés d'experts.

Le comité désignera un mandataire pour déposer la marque « maison de Garonne ».

Ce Comité pourra évoluer au gré de la montée en puissance du projet « Destination Garonne » pour ajuster au fil du temps le cahier des charges des Maisons de Garonne tout en accordant le droit d'utiliser la marque.

Mise en Œuvre	
Investissement	Fonctionnement
5 000 € accompagnement des experts	Sans impact
Programmation	
2021	2022
Définition des cahiers des charges	Suivi des dossiers d'utilisation de la marque



AXE C / GARONNE, TERRE DE NATURE

OBJECTIFS

- Valoriser les différentes utilisations technologiques et commerciales de la Garonne
- Expliquer les enjeux et impacts des différents ouvrages
- Sensibiliser aux histoires des cours d'eau et leurs utilisations au fil des temps
- Donner les perspectives d'avenir de la vie avec les fleuves avec en particulier la notion de raréfaction de l'eau (captage, circulation, assainissement...)

CONTEXTE

La Garonne a été utilisée à des fins commerciales avec diverses techniques. Constructions de bateaux, transports de marchandises, corderies, utilisation de l'eau pour la navigation ou pour l'énergie, extraction du sable et exploitation de carrières se révèlent ici et là avec différents aménagements et ouvrages hydrauliques.

Bien que les caractères naturels et les sites de haute-qualité environnementale soient valorisés dans le cadre de démarches touristiques, les stigmates de l'exploitation « industrielle » sont inévitables. Il convient donc d'assumer et d'expliquer ce que pouvait être la Garonne, comment son utilisation a évolué au cours des siècles et comment elle est exploitée à ce jour.

Action 15 : La Garonne au fil de la technologie hydraulique

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du projet – Dans le même esprit que la découverte des sites de haute-qualité environnementale, l'objet de la découverte de l'exploitation industrielle de la Garonne sera organisée dans les logiques interprétatives.

Il importera avant que les visiteurs se projettent sur la Garonne « d'avant » pour appréhender la Garonne de maintenant pour ensuite tenter de visualiser la Garonne de demain.

A travers des cheminements et par la visite de sites sélectionnés, la découverte sera progressive et thématisée selon les différentes sections de Garonne.

Une sensibilisation par l'intermédiaire des maisons de Garonne donnera les clefs aux visiteurs pour découvrir et comprendre. Les échanges et rencontres avec les prestataires qui connaissent et portent la distinction « Maison de Garonne » seront précieux pour assurer la continuité de la valorisation et de la sensibilisation.

Mise en œuvre – Avec un angle de découverte tout à fait particulier, la sélection des sites et des cheminements sera préparée avec soin par les Maisons de Garonne pour susciter l'intérêt et apporter la réflexion sur les impacts des aménagements hydrauliques, de l'exploitation des matières premières de la Garonne et mettre l'ensemble en perspective du monde de demain avec une réflexion sur les limites des ressources naturelles.

Cette démarche s'adressant autant aux visiteurs touristes qu'aux populations locales fera l'objet de mises à jour en fonction de l'actualité liée aux changements climatiques et au régimes hydrauliques des cours d'eau.

INTERVENANTS

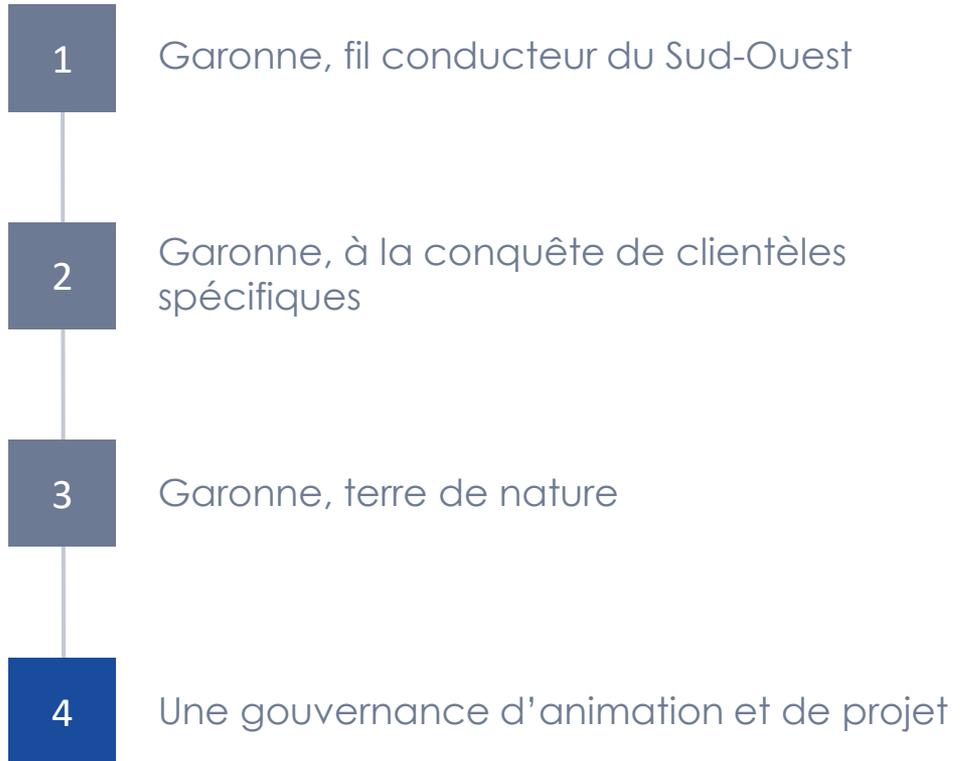
Maîtrises d'Ouvrage :	Maison de Garonne
Partenaires :	DREAL – SMEAG EPCI – OT – prestataires adhérents « destination Garonne »

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
20 000 € Exposition et circuits interprétatifs	0,25 ETP par Maison de Garonne (en moyenne)
Programmation	
2023	2024
Sélection des sites et préparation des modes d'interprétation	Mise en scène pédagogique et touristique



OSSATURE DU PLAN D' ACTIONS



GARONNE, UNE GOUVERNANCE DE PROJET

- **Action 16** Création/animation du groupe de travail « Destination Garonne »
- **Action 17** Création/animation de l'assemblée des aficionados « Destination Garonne »
- **Action 18** Création/animation du maillon fort Bordeaux-Marmande
- **Action 19** Création/animation du maillon fort Toulouse-Pinsaguel
- **Action 20** Une politique de l'évènementiel en phase avec les ambitions et les réalisations



Action 16 : Création/animation du groupe de travail « Destination Garonne »

OBJECTIFS

- Mobiliser les acteurs touristiques institutionnels
- Créer une instance d'animation et de réflexion
- Définir, préparer et mettre en œuvre des actions par des méthodes d'intelligence collective
- Susciter de nouvelles adhésions au projet
- Mettre en œuvre les solutions financières pour mener les actions

CONTEXTE

Le projet « Destination Garonne » est porté à ce jour par le SMEAG. Quelques rencontres ont eu lieu sur la question du retour au fleuve et ont permis d'aborder la mise en réseau des politiques touristiques. Ces réunions ont rassemblé à plusieurs reprises les acteurs les plus motivés.

Pour autant, aucun de ces acteurs n'a pris le leadership pour organiser le projet. Par ailleurs, ces réunions ne pouvaient prétendre à couvrir l'ensemble du cours de la Garonne.

Bien au contraire, le collectif laisse transparaître une image un peu floue sans réelle organisation. En 2019, les départements 33 et 47 se sont mobilisés pour organiser un événementiel interdépartemental le long du canal de Garonne (cf. diagnostic) mais cette expérience n'a fait que révéler des moyens d'action désuets de la part des acteurs touristiques locaux.

A ce stade, il importe de « prouver » que « Destination Garonne » est un projet sérieux par la réalisation d'actions qui structurent le territoire et le projet. A ce jour, la constitution d'un organe officiel représentatif serait illusoire face aux 600 km de fleuve : le temps de constituer, d'organiser, de désigner les administrateurs, de monter un budget est inévitablement très très long sans garantir quelque résultat qui soit.

Il importe donc de disposer d'un simple groupe de travail qui se positionnera pour mener des actions tout en mobilisant les moyens humains et financiers nécessaires sous forme de concours auprès de la structure qui portera l'action.

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	SMEAG
Partenaires :	Membres du groupe de travail

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du projet – Sous l'impulsion du SMEAG dans le cadre de son action touristique programmée par le SAGE, il conviendra de rassembler les partenaires institutionnels volontaires pour définir les priorités dans le plan d'action.

Les membres de ce groupe de travail seront des personnes morales susceptibles d'assurer la maîtrise d'ouvrage d'actions ou d'apporter des concours pour mener ces actions :

- EPCI, OT, les Maisons de Garonne (si administration indépendante de la collectivité)
- Syndicats ou structures représentant les professionnels,
- Établissements publics spécialisés,
- État.

Seront désignés les porteurs d'action (chef de file par action). Les moyens financiers, techniques et humains seront évalués avant de commencer l'action. Chaque chef de file aura la charge de mobiliser les moyens financiers et humains pour mener à bien les actions. Les partenaires offriront par voie de concours financiers et/ou des moyens humains comme techniques.

Mise en œuvre – Une fois les actions prioritaires et le chef de file désignés, chaque action sera mise en œuvre.

Trois types d'actions semblent être prioritaires :

- La construction de maillons forts (qui relèvent de la volonté et la coordination entre les collectivités)
- Les actions simples à mettre en œuvre (recensements) pour lesquels les chefs de file relèvent de l'Etat.
- La mobilisation des acteurs et structures qui n'ont pas encore manifesté leur intérêt pour le projet « Destination Garonne »

Les chefs de file mèneront leurs actions selon les modalités qui leur conviennent avec l'assistance du SMEAG.

Le groupe de travail Garonne se réunira régulièrement (a minima tous les semestres) pour :

- Faire le point sur les avancées des actions,
- Restituer l'état de la mobilisation institutionnelle autour du projet « Destination Garonne »
- Préparer la communication auprès de l'assemblée des aficionados de la Garonne
- Un espace numérique de travail partagé pourra donner de la visibilité aux avancées des actions

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
Sans objet	5 000 € organisation des réunions
Programmation	
2021	2022
Mise en place du groupe de travail – désignation des actions	Ajustement et poursuite



📌 Action 17 : Création/animation de l'Assemblée des Afficionados « Destination Garonne »

OBJECTIFS

- Rassembler toutes les forces vives qui ont envie de voir éclore la « Destination Garonne »
- Disposer d'une force mobilisatrice permanente et de lobbying local
- Mobiliser les acteurs touristiques institutionnels
- Créer une instance d'échanges et de réflexions

CONTEXTE

Le projet « Destination Garonne » est porté par quelques structures institutionnelles qui formeront le groupe de travail. Cependant, l'initiative du projet « Destination Garonne » repose également sur différentes personnes (plutôt passionnées) qui ont contribué à mobiliser les acteurs et à faire éclore des idées. Ce sont ces personnes qui, à terme, seront susceptibles de faire vivre le projet.

Comment maintenir la motivation de ces acteurs ? Comment les informer de l'avancée du projet ? Comment pourront-ils suggérer des idées voire faciliter la mise en œuvre des actions ? Surtout, pourront-ils être des forces mobilisatrices pour les territoires encore indifférents à l'intérêt et à l'ambition du projet ?

Enfin ces personnes et acteurs seront ceux qui composeront (en bonne partie) le réseau d'adhérents des bonnes étapes et qui solliciteront le dépôt de la marque « Maison de Garonne »

Il est donc proposé de constituer l'Assemblée des Afficionados de la Destination Garonne.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Description du projet – Il s'agira de rassembler une fois par an toutes les personnes motivées, sensibilisées ou intéressées par la mise en œuvre du projet Destination Garonne.

C'est le groupe de travail « Destination Garonne » qui définira les conditions et le programme de ces journées d'assemblée et qui désignera le chef de file pour l'organisation.

Ces journées n'auront pas exclusivement vocation à rendre compte de l'avancée du projet mais constitueront l'occasion

- de faire intervenir divers spécialistes,
- de montrer d'autres expériences en France, en Europe et dans le monde,
- de découvrir un site,
- de tester des idées, de faire des expérimentations
- de fédérer les acteurs autour des projets

Cette assemblée n'a pas non plus vocation à se limiter à une réunion par an mais à vivre tout au long de l'année au travers de diverses contributions :

- Réseaux sociaux,
- Rencontres locales sur des sujets spécifiques,
- Relais d'information auprès des élus locaux,
- Relais presse locale par rapport aux actions menées par le groupe de travail
- Mobilisation de confrères et consœurs par types d'activités.

La couverture presse de la réunion annuelle sera essentielle.

Selon le nombre de personnes présentes et de l'ampleur de la couverture presse... la prise en compte du projet « Destination Garonne » par les structures régionales, les syndicats de professionnels (tourisme et production locale) mais également par des groupes importants de viticulteurs voire EDF

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	SMEAG
Partenaires :	Membres du groupe de travail

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
Sans objet	10 000 € organisation des réunions et supports numériques/ presse

Programmation

2021	2022
Mise en place de l'assemblée	Ajustement et poursuite



OBJECTIFS

- Démontrer l'intérêt et la force du projet « Destination Garonne »
- Disposer d'une expérimentation « grandeur nature »
- Concrétiser le projet « Destination Garonne » au plus vite
- Ajuster le plan d'action en fonction du retour de l'expérience « Bordeaux-Marmande »

CONTEXTE

Le plan d'action prévoit toute une série d'actions fondamentales qui peuvent se révéler assez chronophages si les moyens mis en œuvre restent limités.

Le concept de maillon fort est essentiel dans la mise en œuvre du projet (ce sont des unités opérationnelles).

Lors de la réunion sur la stratégie du projet « Destination Garonne » le 9 octobre 2020 à Agen, les participants ont montré une forte motivation pour créer un maillon fort Bordeaux-Marmande. Au-delà de la simple déclaration d'intention, des réalisations, des projets et des idées sont bien présents avec des acteurs motivés sur ce tronçon :

- Bordeaux Métropole,
- Office de Tourisme du Pays de Cadillac & de Podensac - Destination Garonne
- Office de Tourisme Sauternes Graves Landes Girondines
- Office de tourisme Val de Garonne
- Fous de Garonne - Couthures sur Garonne

Dès à présent, ce maillon qui couvre la plupart des filières portées par le projet « Destination Garonne » peut être organisé.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Mise en œuvre –

A partir d'un travail de simulation (tel que réalisé lors de la réunion du 9 octobre), qui montre les différents potentiels et possibilités d'actions pour construire une forte attractivité liée à la découverte de la Garonne, les acteurs cités dans le contexte pourront :

- Provoquer une réunion entre techniciens du fleuve et du tourisme
- Mettre « sur papier » cette simulation
- La transmettre aux exécutifs des EPCI concernés
- Provoquer une réunion entre ces exécutifs

Une fois le projet validé par les exécutifs, il s'agira de

- Désigner le chef de file
- Appréhender les moyens nécessaires à mobiliser
- Définir le programme
- Répartir les rôles
- Mettre en place les outils d'observation
- Construire le projet

📍 Action 19 : Création/animation du maillon fort Toulouse-Pinsaguel

OBJECTIFS

- Identifier la Garonne en amont de Toulouse
- Mobiliser la population Toulousaine
- Enrichir l'offre tourisme nature sur Toulouse
- Valoriser la Confluence Ariège-Garonne
- Asseoir le projet de Maison de Garonne dans le château de Pinsaguel
- Conforter les prestataires eaux-vives
- Matérialiser le territoire « Garonne » en amont de Toulouse

CONTEXTE

Le plan d'action prévoit toute une série d'actions fondamentales qui peuvent se révéler assez chronophages si les moyens mis en œuvre restent limités.

Le concept de maillon fort est essentiel dans la mise en œuvre du projet (ce sont des unités opérationnelles).

Lors de la réunion sur la stratégie du projet « Destination Garonne » le 9 octobre 2020 à Agen, le département de la Haute-Garonne a identifié un potentiel de maillon fort Toulouse-Pinsaguel. Cette intention vient conforter plusieurs initiatives déjà concrètes :

- Complémentarité avec la Via-Garona
- Complémentarité avec la Trans-Garona
- Appui aux activités de la Maison de Garonne de la confluence Ariège/Garonne
- Prolongement des initiatives de valorisation de la Garonne sur l'agglomération de Toulouse

Cette expérimentation de maillon fort pourrait apporter un complément d'expérience à celui de Bordeaux-Marmande :

- Petit tronçon
- Autre Maison de Garonne
- Mono-activité (canoë)
- Porte fluviale de Toulouse

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Mise en œuvre –

Le principe consiste à relier le site de Pinsaguel avec Toulouse en canoë.

Il conviendra donc de prévoir :

- De bonnes conditions d'embarquement et de débarquement au départ comme à l'arrivée mais également tout au long du parcours pour découvrir et comprendre la Garonne sans provoquer de détérioration
- Organiser un espace d'accueil sur le site de Pinsaguel et sur Toulouse
- Mettre en place le système de logistique de transport du matériel et des personnes
- Mobiliser un ou plusieurs prestataires d'eaux-vives
- Garantir la disponibilité du matériel (roulant-vélo et de navigation)
- Elaborer une déclinaison de géocaching interprétatif sur terre et sur eau
- Construire le mode de promotion de l'action avec l'OT de Toulouse

Le maillon fort peut être rapidement mis en œuvre et pourra être étendu vers l'amont.

Action 20 : Une politique de l'évènementiel en phase avec les ambitions et les réalisations

OBJECTIFS

- Mobiliser les acteurs
- Sensibiliser les habitants
- Valoriser les actions menées
- Provoquer une appropriation du projet
- Promouvoir le projet auprès des visiteurs potentiels
- Encourager la participation de nouveaux acteurs

CONTEXTE

Les fêtes de Garonne sont souvent évoquées en tant qu'évènement notoire durant l'année, en tant qu'idéal moment festif et touristique mais également d'un point de vue nostalgique de belles périodes pour lesquelles la vie du fleuve rythmait l'économie.

Sur l'eau, autour de l'eau, pour le patrimoine naturel comme culturel... l'assemblée des afficionados sera susceptible de regorger d'énergie de tout type et en tout lieu pour faire éclore diverses festivités.

Cependant, il importe avant tout que les fêtes de Garonne soient LA fête de Garonne et que l'impact soit fort :

- Date
- Thème

En commun sur tout le linéaire.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Mise en œuvre –

Le lancement d'un évènementiel constitue toujours une prise de risque conséquente relative au succès rencontré par rapport à l'énergie déployée.

L'organisation d'évènements nécessite un savoir-faire conséquent sans pour autant faire appel à des professionnels (tout du moins durant les premières éditions).

Le principe consistera à ce que les associations (ou autres comités divers et variés) puissent trouver dans les fêtes de Garonne l'occasion d'aboutir à des projets qui leur tiennent à cœur tout en valorisant le patrimoine naturel et culturel de la vallée de Garonne.

Il conviendra donc de prévoir :

- Organiser une gouvernance spécifique pour de projet qui n'aura pas d'autres fonctions
- Rédiger un cahier des charges sur les objectifs et attendus des fêtes de Garonne
- Permettre aux associations de proposer des projets
- Harmoniser les projets dans le temps et l'espace
- Garantir une aide financière voire logistique pour les projets retenus
- Mettre en œuvre une promotion globale des fêtes de Garonne
- Organiser l'observation du déroulement des manifestation (provenance des visiteurs/participants, impact économique, comportements des visiteurs/participants... d'édition en édition).

INTERVENANTS

Maîtrises d'Ouvrage :	Gouvernance spécifique des fêtes de Garonne
Partenaires :	Associations culturelles, sportives, environnementales EPCI – OT – Départements – Régions – EDF – VNF.....

Mise en Œuvre

Investissement	Fonctionnement
100 à 500 000 € par an	10 000 € fonctionnement de la gouvernance

Programmation

2021	2022
Préparation des principes, cahiers des charges, dépôt et sélection des projets.	Première édition expérimentale



Garonne, Destination touristique

Rencontre de restitution de la stratégie

La rencontre a rassemblé une vingtaine de participant.e.s d'Occitanie et de Nouvelle Aquitaine. Elle avait pour objectif de présenter une synthèse de la proposition de stratégie de la “Destination Garonne” et d'en débattre.

Elle s'est déroulée en trois temps :

- accueil
- restitution de la stratégie
- recueil des réactions, des idées par des techniques d'intelligence collective

Cette rencontre a été imaginée comme une expérimentation “flash” de co-construction de la destination.

Elle a permis de faire émerger des cartes de représentations de caractéristiques et d'organisation que pourraient prendre la destination. Il ne s'agit là que d'une expérimentation à petite échelle.

La prochaine et dernière étape de l'étude va déboucher sur un ensemble de fiches actions prenant non seulement en compte la stratégie validée mais aussi certaines des pistes proposées lors de cette rencontre. Elles serviront à la mise en oeuvre opérationnelle de la “Destination Garonne”.





PROJET COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL



Double nécessité de l'étude

- Demande des collectivités locales de donner plus de visibilité à leurs actions
- Objectif politique à grande échelle, tourisme durable inscrit dans le SAGE Vallée de la Garonne



constats destination Garonne

- Fleuve méconnu
- Faire-valoir décoratif
- Nom de Garonne de plus en plus revendiqué
Transgarona
Via Garona
Fous de Garonne
Maisons de Garonne

Objectifs de l'étude

- Initier la mise en réseau des politiques touristiques
- bénéficier d'une stratégie et d'un programme d'actions réalistes
- servir d'appui dans la négociation de subventions



Garonne, Destination touristique

pratique
d'intelligence
collective

La Garonne de plus en plus revendiquée, vous pensez à quoi?

Les participants devaient noter sur des post-its 3 lieux, actions, sites... revendiquant la Garonne, portant le nom de Garonne. En raison du peu de temps imparti, les noms cités ont été ensuite placés sur une carte hors rencontre.



Garonne, Destination touristique

Stratégie : principes et objectifs



01

Objectif 1

Faire émerger la Garonne en tant qu'attrait touristique majeur sur différentes parties de son linéaire

02

Objectif 2

Identifier la vallée de la Garonne en tant que territoire linéaire

03

Objectif 3

Capter de clientèles utilement



Garonne, Destination touristique

Stratégie : filières privilégiées

Filière chapeau → la Garonne, fil conducteur du Sud-Ouest

🌀 traverse
le Sud-Ouest

🌀 traverse et relie les deux villes
principales du Sud-Ouest
Bordeaux & Toulouse

🌀 structure le Sud-Ouest
et constitue sa vitrine

Le Sud-Ouest se vit et se découvre au fil de la Garonne



gastronomie
& vins

- Savoir-faire culinaires
- Nombreuses appellations



découverte
nature &
hydraulique

- Confluences
- Zones humides
- Technologies
- Energie



fluvial & fluvestre

- Sur/au bord de l'eau
- Navigation
- Itinérance terrestre
- Synergies circulation



vie
garonnaise

- Amour & combat
- Inondations
- Activités
- Loisirs/détente



Garonne, Destination touristique

pratique
d'intelligence
collective
"flash"

La Garonne fil conducteur du Sud-Ouest, ça évoque quoi pour vous?

Il s'est agi d'un brainstorming. Les propositions ont été ensuite regroupées par filières hors rencontre.

Filière chapeau → la Garonne, fil conducteur du Sud-Ouest

traverse
le Sud-Ouest

traverse et relie les 2 villes
principales du Sud-Ouest
Bordeaux & Toulouse

structure le Sud-Ouest
et constitue sa vitrine

Itinéraires de
déplacement

Villages -
Quais - Ports -
Péages

Le Sud-Ouest se vit et se découvre au fil de la Garonne

découverte nature & hydraulique

Biodiversité
éléments
naturels

falaise d'huîtres
fossiles de Ste
Croix du Mont

bacs ponts
ouvrages
hydrauliques

terre galets
sédiments

diversité de
patrimoines

fluvial & fluvestre

Porte d'entrée
ossature
colonne
vertébrale

Moyen de
pénétrer le
territoire
terrestre

Lit qui a
bougé

Frontière entre
Gascogne et
Guyenne

activité
fluviale

Élément eau
route de l'eau

Plaine
agricole

c'était la
route
logistique
des vins

chemin le plus
court entre
Méditerranée
et Atlantique

vie garonnaise

pêche
poisson

espaces de
loisirs

Histoire
Hommes
Fluve

secteur
urbanisé
fil de
l'habitat

calme

Histoire
de communes
de crues de
fêtes

Contemplation au
bord du fleuve
"on est les rois du
monde"

Garonne

Destination touristique

Stratégie : conquête de clientèles spécifiques

La destination Garonne au service des politiques touristiques régionales
 Pour limiter le déploiement d'une grande énergie

→ Sélection de cibles prioritaires :

- adaptées à la Garonne
- et désignées dans les plans d'actions départementaux et régionaux.

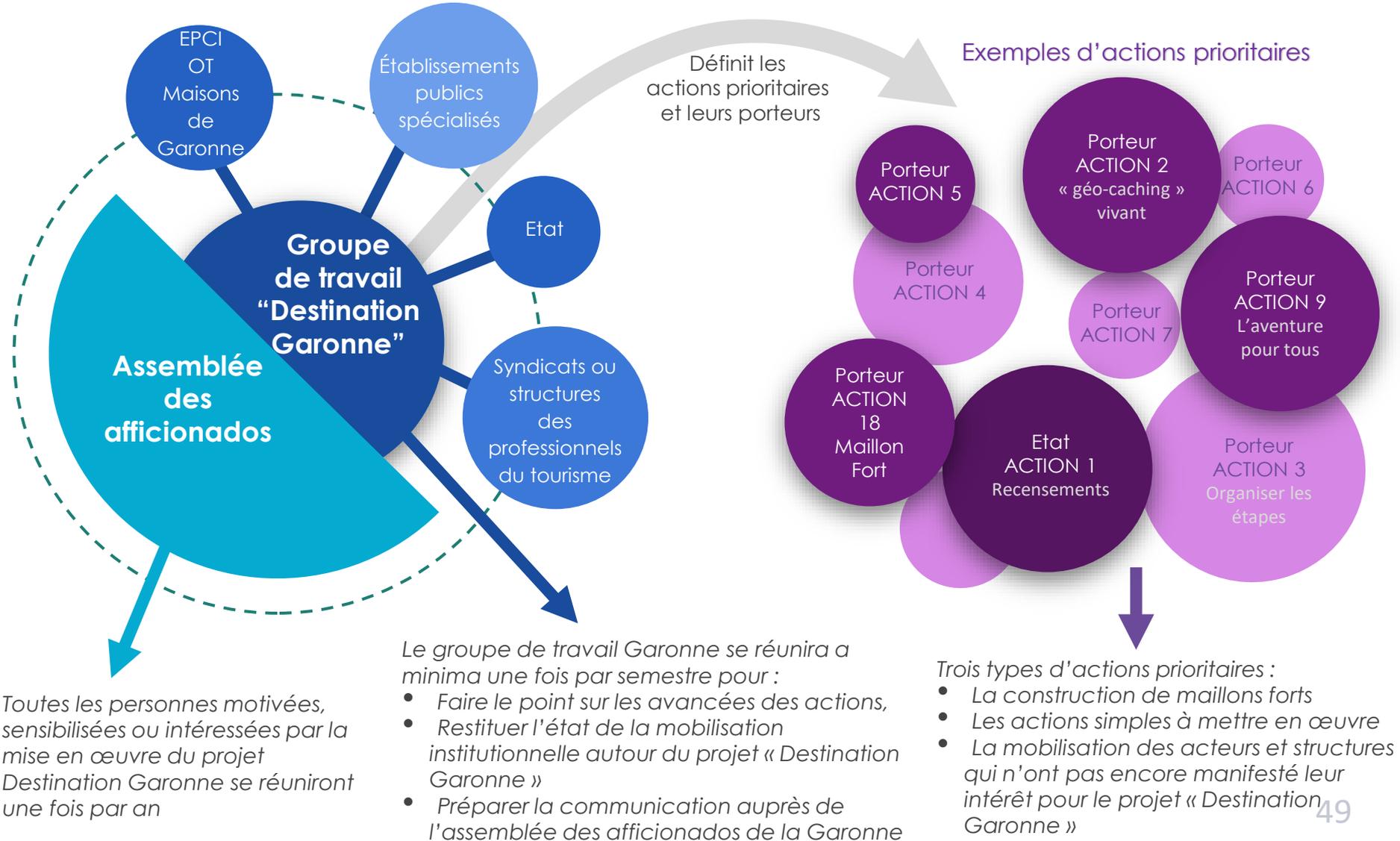


ÉLABORATION DU SCHEMA REGIONAL DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS POUR LA REGION NOUVELLE-AQUITAINE

	LES SÉNIORS	ETUDIANTS JEUNES ADULTES	CLASSE MOYENNE DES ÉCONOMIES ÉMERGENTES (Jeunes couples avec/sans enfants)
profil	<ul style="list-style-type: none"> ● Pouvoir d'achat ++ ● Recherche confort ● Enclins aux plaisirs faciles : vins, gastronomie... ● Adeptes du « Replay » (retrouver des lieux, sites déjà vus) ● Connaisseurs de la Garonne 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pouvoir d'achat -- ● En quête de sens dans les pratiques touristiques ● En quête de loisirs, sports, jeux ● Recherche grande autonomie et maîtrise totale des choix ● Décisions prises avec les outils numériques mais recherche d'expériences « humaines », de rencontres. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pouvoir d'achat variable ● Immersion dans un univers qui favorise la rupture totale ● Vivre une expérience ● Adeptes des mini-aventures insolites ou conventionnelles avec de jeunes enfants.
pistes d'offre touristique	<ul style="list-style-type: none"> ● Mini-croisières découvertes (2 nuits à bord) pour les séniors des métropoles conjuguées avec un parc de vélos à assistance électrique. ● Route de Garonne en camping-car en liaison avec les bonnes étapes de Garonne. ● Rallyes pédestres, vélo à assistance électrique (VAE), automobiles,...des bons crus 	<ul style="list-style-type: none"> ● Itinéraires astuces découvertes et bon prix : Relais découvertes/bivouac avec les maisons de Garonne ● Itinérance en vallée de Garonne avec des sites identitaires de la mémoire collective et un concept d'interprétation active avec système d'alerte numérique ● Assistance numérique et des suggestions « gare à gare » ● Offre accessible "sports/loisirs de Garonne" ● Rallye / événement sportif fluvestre original avec canoë-kayak, paddle, segway... 	<ul style="list-style-type: none"> ● Expérience « Garonne » phare : bateau, vélo, gastro, vino. ● Descente de la Garonne sur plusieurs jours avec accompagnement ponctuel et bivouac en canoë ou en multi-mode doux ● Astuces mini-aventures/confort (avec ou sans enfants) ● Voyage alternatif « van liberté » (van à motorisation électrique) pour découvrir tous les recoins de la Garonne

Garonne, Destination touristique

Stratégie : une gouvernance d'animation et de projet



Garonne

Destination touristique

Stratégie générale : mobilisation et détermination

Pour que la Destination Garonne soit reconnue :

- Affirmer l'envie, la volonté et la détermination des acteurs locaux
Collectivités / Acteurs touristiques prestataires / Passionnés de la Garonne
- S'appuyer sur la mobilisation et l'effet d'entraînement des plus volontaires et sur leurs actions

*Élément structurant
vitrine des valeurs
du sud-ouest*

**GARONNE,
FIL CONDUCTEUR
DU SUD-OUEST**

**GARONNE,
TERRE DE NATURE**

*Territoire de nature
à reconquérir
et valoriser*

*Plus-value sur des
clientèles
stratégiques ou
émergentes*

**GARONNE,
A LA CONQUÊTE
DE CLIENTÈLES
SPÉCIFIQUES**

**UNE
GOUVERNANCE
D'ANIMATION
ET DE PROJET**

*Territoire linéaire
et « naturel »
à organiser
de bout en bout*

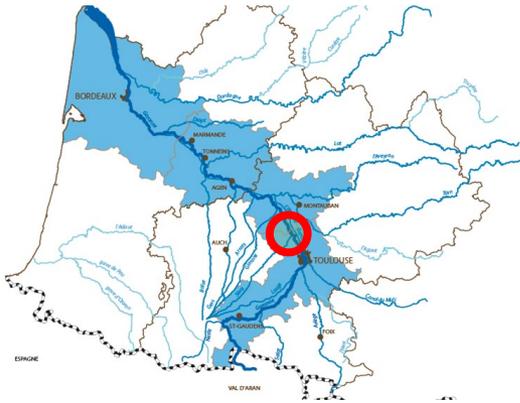


Garonne

Destination touristique

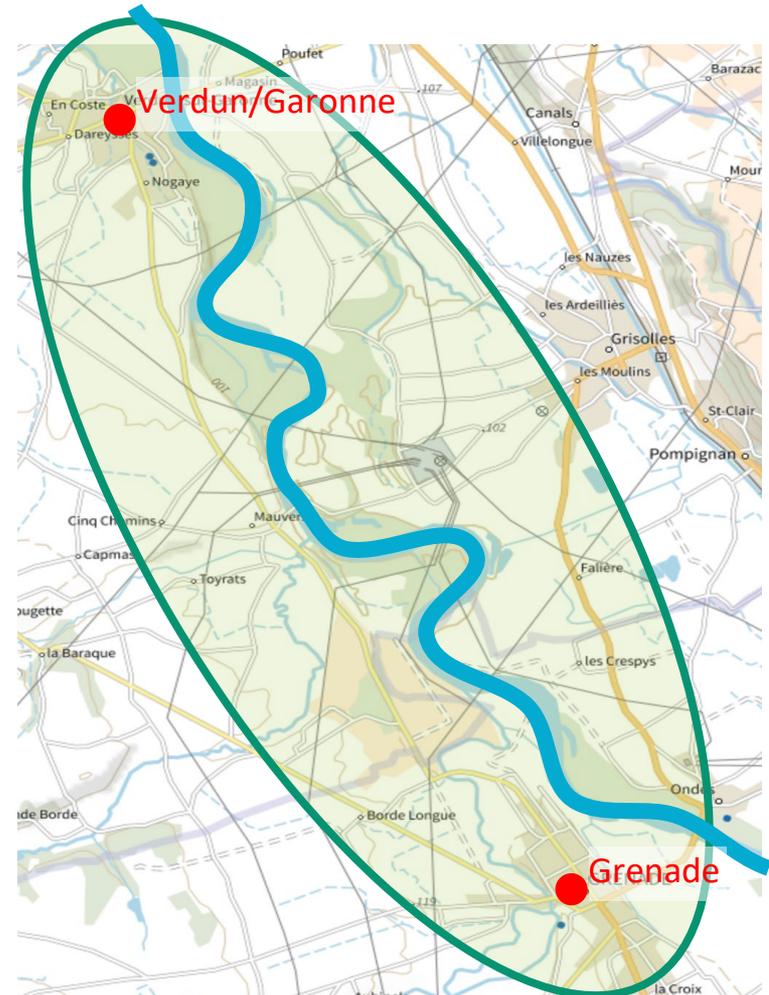
Stratégie générale : Principe du maillon fort

Pour que la Destination Garonne pose de solides fondations : principe du maillon fort
= section de Garonne animée entre deux sites attractifs aux acteurs mobilisés, favorisant ainsi la synergie touristique



Exemple : petit maillon “patrimoines culturel et naturel de Garonne” Verdun/Garonne et Grenade

- Deux points forts à forte attractivité
- Divers cheminements relient ces deux points
- Une logique interprétative anime les cheminements
- L'attractivité du cheminement se décline sur l'Aller et le Retour
- La valorisation de l'Aller/Retour suscitera de nouvelles découvertes et des partages dans une logique progressive et adaptée à chacun (balisage physique et application numérique)



Garonne

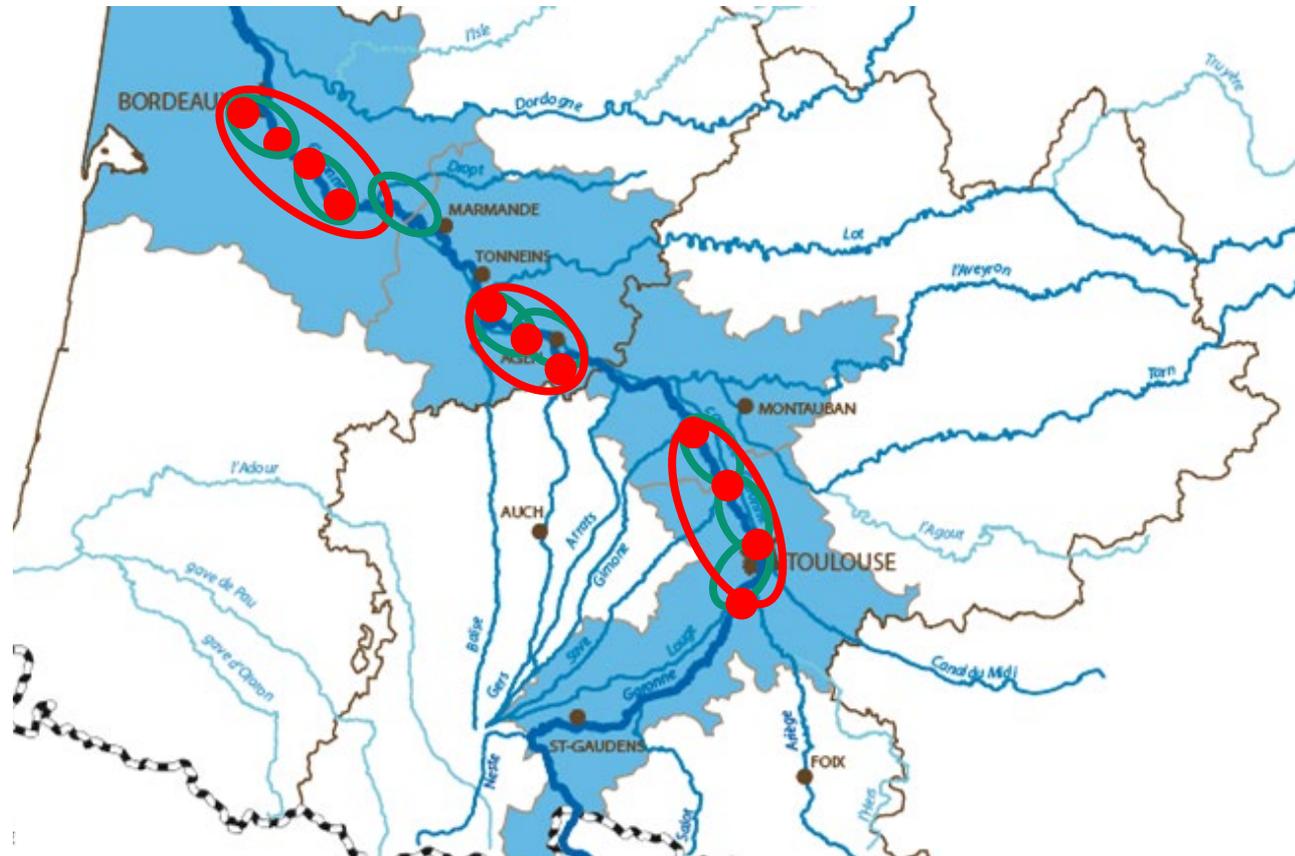
Destination touristique

Stratégie générale : Multiplication des maillons forts

La multiplication des maillons forts tout au long de la Garonne assoiera progressivement la visibilité de la destination

Densification et déclinaison des maillons forts

- Prolonger les maillons opérationnels avec un 3ème point fort
- Encourager la création de nouveaux maillons selon l'exemple des premiers réalisés
- Les spécificités / particularités des maillons peuvent offrir identité et complémentarité entre différentes sections de Garonne
- La destination Garonne pourra prendre corps au gré de l'émergence des maillons et de leurs extensions.



Garonne

Destination touristique

pratique
d'intelligence
collective
"flash"

Et si vous préfiguriez les premiers maillons forts?

1^{er} TEMPS : réflexion sur les points forts à partir de 3 critères

3 questions ont été posées aux participants. Pour être partie prenante d'un maillon fort :

- avec quel partenaire souhaiteriez-vous vous associer?
- sur quel lieu aimeriez-vous amorcer ce maillon fort (territoire, bâtiment, espace...)?
- avec quelle animation, quel évènement imagineriez-vous de dynamiser ce maillon?

Pour chacun des 3 items : 3 ou 4 réponses en fonction du nombre de participants

Chacun répond sur des stickers "icônes de localisation".

2^{ème} TEMPS : premiers points forts

Chaque participant a été invité à venir placer ses stickers sur une grande carte du fleuve Garonne en argumentant ses choix. Progressivement des points forts se sont formés, enrichis par les apports des participant.e.s.

3^{ème} TEMPS : premiers maillons forts

A partir de deux points forts parmi les plus pertinents, c'est-à-dire ceux qui réuniront un ensemble conséquent de partenaires déjà mobilisés, un maillon fort sera privilégié qui fera l'objet d'un travail de co-construction sur le territoire concerné.

Cette technique est un méthode de préfiguration à petite échelle d'une cartographie de maillons forts, dont il s'agira ensuite de prioriser et planifier la co-construction et la mise en oeuvre.

Le résultat n'est pas représentatif du fait du peu de participants.

Un travail de ce type pourrait être mené à plus grande échelle dans le cadre d'un forum ouvert réunissant au moins une centaine de personnes des régions Occitanie et Nouvelle Aquitaine.



Garonne

Destination touristique

Et si vous préfiguriez les premiers maillons forts?

pratique
d'intelligence
collective
"flash"



Lieu



Thème,
animation...



Partenaire

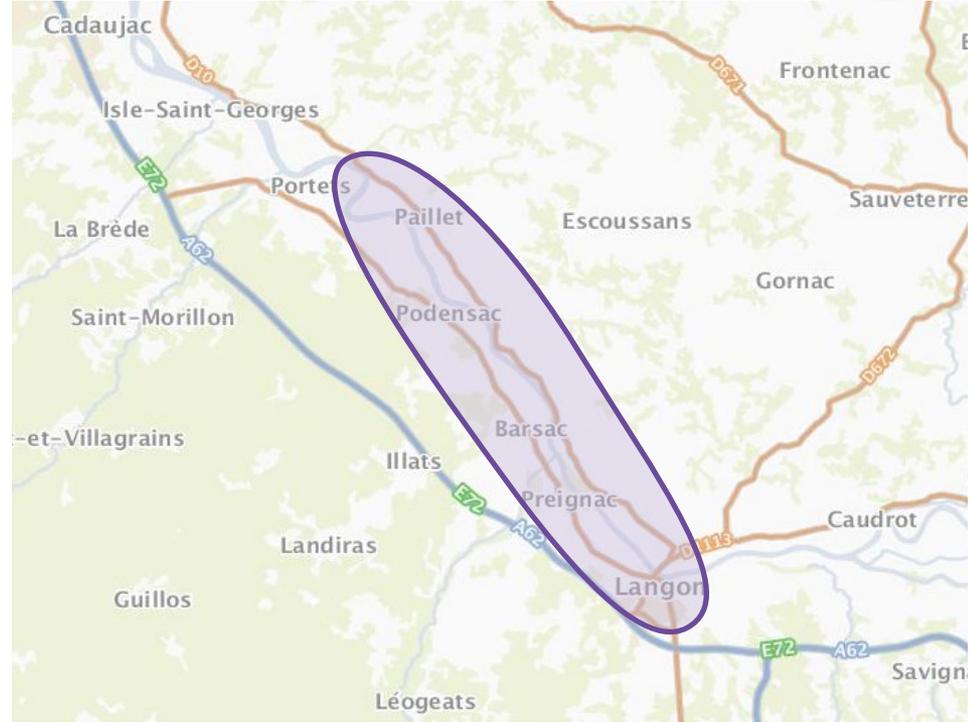
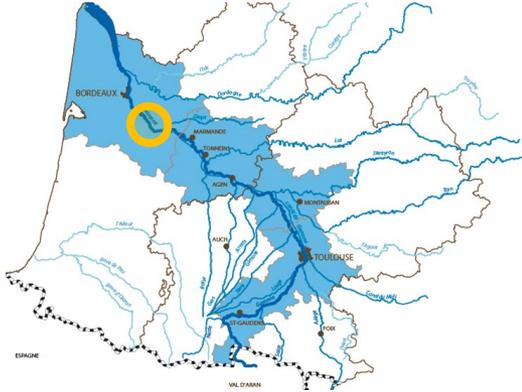


Garonne

Destination touristique

pratique
d'intelligence
collective
"flash"

Et si vous préfiguriez les premiers maillons forts?



Deux points forts : Cadillac et Langon



Portets, Cadillac, Lestiac,
Cérons, Ste Croix du Mont,
Langon, St Macaire, Castets



Château de Portets, Lillet,
Chantiers Tramasset



Mascaret Pro, Carrelets en fête,
Feux de Garonne, tyrolienne Ste Croix du Mont Barsac,
Esprits de Garonne, rencontre des bateaux en bois

UNE HISTOIRE DE LA GARONNE

Et la suite...
à écrire ensemble

Etude sous maîtrise d'ouvrage du SMEAG



Bénéficiaire de financements Plan Garonne



PROJET COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Réalisée par le groupement





PROJET COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

ETUDE POUR LA STRUCTURATION D'UNE DESTINATION GARONNE

ANNEXE : LOGO

L'harmonisation de l'identité graphique, notamment via la mise en place d'un label identifiable fait partie des actions. Dans le cadre de l'étude, un logo est proposé.

Celui-ci participera à l'harmonisation de la signalétique déjà existante dans la vallée (exemples : panneaux pédagogiques, signalétiques des sentiers, etc.) ou pour labeliser une offre touristique centrée sur le fleuve et son identité paysagère et culturelle.



Pour en savoir plus sur les conditions d'utilisation du logo, vous pouvez contacter :

- Au SMEAG : Michel Cardon (DGS)
Jean-Michel.CARDON@smeag.fr
Tel. direct : 05 62 72 74 77
Tél. portable : 06 35 81 10 95
- A DREAL Occitanie : Pascale Cornuau
pascale.cornuau@developpement-durable.gouv.fr
Tel. Portable : 06 27 80 20 05
- A DREAL Nouvelle-Aquitaine : Sophie de Stoppeleire
Sophie.De-Stoppeleire@developpement-durable.gouv.fr
Tel. Portable : 07 64 67 22 40