



## **Compte-rendu Commission « Economie et tourisme » 15 novembre 2023**

### **Rappel de l'ordre du jour**

#### **I- Destination Parcs : Proposition de feuille de route à conduire, à la suite phase de bilan consolidé de l'expérimentation et de préconisations issues de l'étude réalisée sur le 2<sup>ème</sup> semestre 2023**

*Animation par Benjamin Cau, chef de projet « Destination Parcs »*

- . Présentation des conclusions de l'étude conduite par Béatrice Royaux, Focus marketing puis échange
- . Echange sur possibilités de partenariat médias : présentation d'une proposition par *Ophélie Peirin*

#### **II- Gestion des fréquentations dans les espaces naturels : échange sur les principaux chantiers en cours**

*Animation par Laura Léotoing*

- . Présentation du guide de recensement et d'analyse des actions conduites au sein du réseau par *André Gondolo (cabinet Altéa)*
- . Déploiement d'Outdoorvision dans les Parcs dans le cadre de la nouvelle phase de développement de l'outil à partir de 2025
- . Suites données aux propositions issues du Séminaire tourisme
- . Transfert d'expériences

#### **III- Point et échange sur les partenariats nationaux existants ou potentiels en tourisme et sports de nature**

*Animation par Stéphane Adam*

- . Présentation de chaque Fédération nationale / partenariat engagé avec FPNRF : Randonnée (Valérie Lecurieux), Equitation (Cécilia Do-Teggour), Cyclotourisme (Christophe Combelle)
- . Evocation d'autres partenariats avec des opérateurs privés : Terres oubliées (TO bénéficiaires marque pour des séjours)

# Compte-rendu

Cette réunion était centrée sur l'actualité « tourisme et activités de pleine nature » au sein du réseau des Parcs en présence de nos partenaires.

## **I- Destination Parcs : Proposition de feuille de route à conduire, à la suite phase de bilan consolidé de l'expérimentation et de préconisations issues de l'étude réalisée sur le 2<sup>ème</sup> semestre 2023**

Nous avons abordé le déploiement du projet « Destination Parcs » à la suite de l'expérimentation conduite en 2022. Il s'agit d'un moment important pour notre réseau car il vise à poursuivre le travail sur le positionnement des Parcs en tant que destinations touristiques durables en France. Cela permettra de répondre à leurs enjeux d'attractivité en soutenant leur acteurs socio-économiques tout en accueillant et sensibilisant les visiteurs et en préservant la qualité des patrimoines des Parcs.

### **Présentation de la proposition de feuille de route**

Après une phase d'expérimentation non concluante menée en 2022 autour d'un modèle entrepreneurial de partenariat exclusif avec un opérateur privé, nous avons repensé au cours de 2023 la stratégie de destination touristique « Parcs » grâce à l'appui du cabinet « Focus marketing ». Nous avons pu confirmer l'existence réelle d'un potentiel de destination touristique durable pour les Parcs et travailler de nouvelles orientations au sein du réseau. Cette action s'inscrit dans le cadre d'un soutien d'Atout France et de son AMI « Destinations digitales » qui se prolongera jusqu'à fin 2024.

Pour la suite, la priorité retenue étant de traiter l'enjeu de « séduction » (par rapport à celui de « conversion » par les professionnels et sur les territoires), nous nous engageons dans une stratégie digitale de définition/valorisation d'une « Destination Parcs » auprès des clientèles touristiques segmentées. Dans le cadre de nos outils digitaux (site et réseaux sociaux) à repenser et optimiser, nous avons fait le choix d'investir fortement autour d'une communication inspirante vis-à-vis du grand public (essentiellement numérique). Elle prendra principalement la forme d'une plateforme numérique expérientielle des Parcs gérée par la Fédération et relayée et alimentée par les Parcs. L'objectif est de renforcer la dimension d'information et de sensibilisation du public. Pour cela, nous nous adosserons sur les valeurs des Parcs afin de favoriser en aval la promotion et la commercialisation d'offres touristiques transpirant les Parcs dans le cadre de partenariats avec les acteurs privés (TO, prestataires) et publics (OT/ADT/CRT).

Dans ce contexte, cette stratégie « Destination Parcs » a tout intérêt à s'appuyer sur « Valeurs Parc », en tant que « marque caution » de l'engagement de prestataires touristiques s'inscrivant bien dans la démarche « Parc » en phase avec leur ADN. De plus, la marque a déjà permis de structurer un certain nombre de prestataires/producteurs et de s'appuyer sur eux pour communiquer auprès du public, traduisant ainsi la réalité de leur engagement.

Pour mener à bien ce projet de destination touristique des Parcs, il est nécessaire de :

- . finaliser les éléments de positionnement et de différenciation de la destination « Parcs » sous forme de plateforme de marque (fixant sa vision, son ambition et sa mission) dans le prolongement de celle de « Valeurs Parc » déjà élaborée et à actualiser et adapter spécifiquement pour la destination touristique.
- . définir la stratégie de communication digitale traduisant le positionnement arrêté et précisant le cadre de la future plateforme numérique inspirante destinée au public de visiteurs.

La création et l'alimentation de la plateforme numérique pourra s'appuyer sur les contenus déjà créés au sein de la marque grâce aux actions d'influenceurs, podcasts, partenariats médias. Il faudra aussi articuler les communications inspirantes entre le site « corporate » de la Fédération et la nouvelle plateforme numérique orientée vers les visiteurs. A ce titre, il sera nécessaire d'étudier notamment l'opportunité d'héberger la rubrique « Valeurs Parc » actuellement sur le site internet de la Fédération au sein de la plateforme.

Enfin, dans la phase opérationnelle, il sera pertinent de mutualiser les moyens financiers pour conduire des actions de communication payantes (campagnes et référencement).

La stratégie de Destination Parcs doit également s'appuyer sur une gouvernance à structurer et une montée en compétence au sein du réseau à organiser sur la poursuite de la formation/acculturation des Parcs engagé en 2023 et à conduire en matière de construction/animation de la stratégie numérique du réseau, d'outils digitaux et de structuration/production dans la remontée de contenus transpirant (programme de 5 à 6 journées en 2024). Ce programme de formation s'articulera avec le cycle organisé à distance et développé depuis 2020 sur la marque.

En résumé, les 3 principaux intérêts d'articulation forte entre les 2 démarches « Valeurs Parc » et « Destination Parcs » sont :

- . la reprise et l'adaptation de l'importante matière déjà produite dans la cadre de la marque (plateforme de la marque Valeurs Parc et création de contenu notamment) afin de finaliser le positionnement « Destination Parcs » ;
- . la poursuite du travail déjà réalisé avec les Parcs au travers l'accompagnement à l'engagement dans des actions de communication digitale ;
- . l'élargissement du travail déjà entrepris avec les entreprises bénéficiaires de création de contenus inspirant, contribuant ainsi à alimenter dans le temps la future plateforme inspirante « Destination Parcs » avec ces contenus (dans la perspective possible de migration de la rubrique « Valeurs Parc » sur celle-ci).

### **Echanges avec les participants**

Hilaire Vallier d'Atout France a rappelé que la priorité doit porter effectivement sur l'enjeu de séduction à travailler dans le temps. Pour démarrer, nous pouvons bénéficier d'un appui de sa part dans le cadre de l'AMI jusqu'à fin 2024. Pour cette raison de calendrier mais aussi parce qu'il estime que nous avons déjà beaucoup d'éléments en notre possession pour mettre en œuvre la stratégie, il paraît important d'être pragmatique et d'engager rapidement la suite du travail en s'appuyant sur la matière existante comme les offres marquées « Valeurs Parc ».

Il sera nécessaire d'assurer un suivi de la démarche engagée par l'intermédiaire d'indicateurs simples pour mesurer l'impact pour les professionnels et les territoires. A ce propos, Michel Gros considère essentiel l'appui d'Atout France sur le suivi d'indicateur de conversion.

D'une manière générale, les représentants des Parcs membres de la commission se retrouvent dans la stratégie digitale proposée de valorisation d'une « Destination Parcs naturels régionaux » auprès des clientèles touristiques, appuyée sur des outils numériques actuels et nouveaux optimisés. Le positionnement relayant fortement celui de la marque et tourné davantage vers l'inspiration et le marketing, qui vise plus largement les différentes offres touristiques originales (positionnement moins de niche) leur apparaît pertinent.

Les membres ont aussi validé le fait que le nouvel élan proposé à travers la démarche « Destination Parcs » passe par une gouvernance à structurer avec nos différents partenaires locaux, régionaux et nationaux qu'il faut pouvoir emmener avec nous dans la démarche. Cela inclut les Parcs qui doivent être parties prenantes dans la démarche d'inspiration. Ceux-ci voient l'intérêt d'un portage national de la notoriété en complément de l'action territoriale permettant de traduire cette inspiration au sein des offres. Plusieurs thèmes doivent permettre d'incarner celle-ci comme notamment la gastronomie, la découverte de la nature, la prise en compte d'une mobilité plus douce...

Pour cela, la montée en compétence prévue aura tout son sens dans le cadre du programme de formation.

- [Retrouver la présentation de la nouvelle stratégie « Destination Parcs »](#)

Par ailleurs, Ophélie Peirin a présenté le résultat d'une réflexion sur l'intérêt de poursuivre le partenariat avec des médias nationaux à la suite de celui engagé avec Kaizen. Dans cette perspective, il est proposé à la Commission d'engager un nouvel angle éditorial axé sur la destination touristique dans les Parcs au travers de la valorisation des prestataires partageant leurs valeurs, de valorisation de séjours placés sous le sceau du tourisme durable (savoir-faire des territoires, richesses patrimoniales).

Cela peut se faire avec 2 types de partenariats possibles : des partenaires « leader », pro sur le marché et des partenaires « nouveaux », venus d'ailleurs.

- [Retrouvez la note de présentation des possibles partenariats médias :](#)

## II- Gestion des fréquentations dans les espaces naturels : échange sur les principaux chantiers en cours

Ce thème préoccupe les Parcs et plus largement l'ensemble des aires protégées et même des acteurs touristiques (comme les Fédérations sportives partenaires) dans un contexte d'intérêt croissant des Français pour les espaces naturels. La Fédération des Parcs oeuvre depuis 3 ans au sein d'un groupe de travail inter-Parcs sur la conduite de plusieurs actions en lien avec un certain nombre de partenaires (recensement d'expériences au sein des Parcs, mise à disposition d'outils de connaissance des flux aux Parcs, formation sur la réglementation des pratiques...).

Dans un premier temps, Laura Léotoing a rappelé :

- . les enjeux liés à la surfréquentation des espaces naturels en même temps que quelques notions sur lesquelles s'entendre
- . les leviers d'actions pour traiter ces enjeux : l'observation, la politique d'aménagement, le choix de privilégier des types d'offres plus vertueuses, la médiation et le recours à la réglementation
- . la contribution des travaux conduits au sein du réseau en réponse : le déploiement de l'outil Outdoorvision, la réalisation du guide recensant et analysant les actions des Parcs mais aussi le relais sur d'autres outils ou démarches et enfin, la formation mutualisée des techniciens de Parcs.

➤ [Retrouver le diaporama de présentation](#) (à partir de la page 4)

### 1- Guide sur la fréquentation dans les Parcs

Après ce rappel des enjeux et objectifs de la démarche initiée par la Fédération, André Gondolo du cabinet Altéa a présenté le guide sur la gestion de la fréquentation dans les PNR. Au jour de la commission, celui-ci était finalisé à 60%. Celui-ci est destiné en priorité à un public de techniciens.

Problématique observée	Question posée	Fiche proposée
Manque de données objectives et de suivi dans le temps de ces données	Comment améliorer la récolte et l'analyse de données sur les sites naturels fréquentés ?	FICHE 1
Publics plus nombreux et moins sensibilisés à la nature	Comment communiquer pour mieux sensibiliser et faire évoluer les comportements du public ?	FICHE 2
Flux très importants posant des problèmes de dégradation de l'environnement et des équipements, de sécurité et de perte de valeur de l'espace naturel	Que peut-on faire pour modifier les flux en travaillant sur les stationnements et les accès aux sites ?	FICHE 3
	Quels aménagements pour diminuer les impacts et rendre les sites naturels plus résilients ?	FICHE 4
	Comment protéger le milieu naturel et modifier les flux par des actes réglementaires ou des actions d'incitation à la préservation ?	FICHE 5
Absence ou faiblesse de la présence humaine réglementaire/gestionnaire dans les espaces naturels	Comment améliorer la présence humaine en termes de surveillance, de sensibilisation et de médiation ?	FICHE 6
Rôle du PNR mal défini notamment en l'absence de pouvoir réglementaire propre.	Quel rôle pour les PNR dans les projets visant à améliorer la préservation, l'accueil et la gestion des espaces naturels ?	FICHE 7
Projet élaboré sans vision globale ou sans concertation suffisante	Comment construire un projet global ou systémique de site et ou de territoire ?	FICHE 8

Il est centré principalement autour de 8 fiches qui répondent à chaque fois à un enjeu important.

L'idée est de construire une vision globale qui amène le lecteur de la *définition des principes de l'observation jusqu'à la construction du positionnement stratégique du PNR et la mise en place d'un processus de gouvernance participative*. La dernière fiche qui fait la synthèse permet de travailler le diagnostic du site/territoire à l'aide du grille.

Enfin, le guide se termine par l'exposé de 7 champs d'innovation ayant vocation à être soutenue au sein du réseau.

➤ [Retrouvez la présentation du guide](#)

### 2- Déploiement d'Outdoorvision

Nous sommes revenus sur le déploiement d'Outdoorvision au travers ses dernières actualités et ses perspectives après 2024. Cela a été l'occasion d'un échange avec les membres de la commission. Il en ressort qu'il est important d'intégrer les données d'Outdoorvision dans les bases de données du Parc et de corrélérer les données issues des éco-compteurs avec celles d'Outdoorvision.

Pour cela, il est nécessaire de voir le type d'accord à prévoir avec les opérateurs dans le cadre du transfert de données. Il est apparu également un besoin d'appui pour analyser et « faire parler l'outil » notamment sous forme de fiche technique à produire par le Pôle sports de nature.

La Fédération de randonnée demande à voir le partenariat à mettre en œuvre dans le cadre du traitement des données.

### 3- Suites données aux propositions issues du Séminaire tourisme

Enfin, nous avons évoqué les suites données aux principales propositions émises lors du séminaire « Tourisme » 2023. Cela a concerné :

- . la question de la dénomination des acteurs présents sur le terrain pour informer/sensibiliser les visiteurs
- . les démarches de formation (avec le CNFPT) sur la communication engageante et de recherche opérationnelle dans le cadre d'un projet « Mona » sur les nudges auquel participent plusieurs Parcs (Scarpe-Escout et Montagne de Reims), sur la notion de capacité de charges et sur le suivi de l'organisation de manifestations sportives.

➤ [Retrouvez la présentation des différents points sous forme de diaporama \(à partir page 8\)](#)

### 4- Transfert d'expériences

Par ailleurs, la Fédération des Parcs a également contribué à transférer l'expérience des Parcs en matière de tourisme durable. Cela a pris la forme d'un cycle de webinaires dans le cadre du dispositif « Avenir Montagne » durant les 3 premiers trimestres 2023 faisant la part belle aux questions de fréquentation touristique :

. **Comment gérer une fréquentation touristique respectueuse de la biodiversité ?** : le 12 janvier

- [https://www.canva.com/design/DAFbNZkBgwU/NzyNDpKGo-WiEjZMcoAtFw/watch?utm\\_content=DAFbNZkBgwU&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=ink&utm\\_source=publishsharelink](https://www.canva.com/design/DAFbNZkBgwU/NzyNDpKGo-WiEjZMcoAtFw/watch?utm_content=DAFbNZkBgwU&utm_campaign=designshare&utm_medium=ink&utm_source=publishsharelink)

+ Lien de téléchargement des présentations : <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/espace-membres/ressources-reseau/economie-et-tourisme/tourisme/webinaire-comment-gerer-une>

. **Inciter les touristes à un comportement pro-biodiversité, pourquoi, comment ?** : le 16 mai

- [Replay écogestes \(canva.com\)](#)
- + Lien de téléchargement des présentations : <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/espace-membres/ressources-reseau/economie-et-tourisme/tourisme/webinaire-inciter-les-touristes-un>

. **Comment mieux connaître la fréquentation et sensibiliser les usagers et pratiquants dans le cadre d'un dialogue territorial ?** : le 14 novembre

- [Wébinare « Comment mieux connaître la fréquentation et sensibiliser les usagers et pratiquants dans le cadre d'un dialogue territorial »](#) (14 novembre).
- + Lien de téléchargement des présentations : <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/espace-membres/ressources-reseau/economie-et-tourisme/tourisme/webinaire-comment-mieux-connaître-la>

*Sans oublier les autres thèmes suivants :*

. **Construire et vendre de nouvelles offres de tourisme durable en réponse aux enjeux de territoires de montagne** : le 14 mars

- [https://www.canva.com/design/DAFjLsilh3o/bV0pe7fndRmnCo2Tifu\\_Yg/watch?utm\\_content=DAFjLsilh3o&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=publishsharelink](https://www.canva.com/design/DAFjLsilh3o/bV0pe7fndRmnCo2Tifu_Yg/watch?utm_content=DAFjLsilh3o&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink)
- + Lien de téléchargement des présentations : <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/espace-membres/ressources-reseau/economie-et-tourisme/tourisme/webinaire-construire-et-vendre-de>

. **L'hébergement touristique en montagne : comment structurer une offre adaptée aux nouveaux enjeux?** : le 25 septembre

- : [https://www.canva.com/design/DAFzk04-4Hs/8rB\\_zWkquYAsVDTZN1Ap4g/watch?utm\\_content=DAFzk04-4Hs&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=editor](https://www.canva.com/design/DAFzk04-4Hs/8rB_zWkquYAsVDTZN1Ap4g/watch?utm_content=DAFzk04-4Hs&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor), 25 septembre 2023

### III- Point et échange sur les partenariats nationaux existants/potentiels en tourisme et sports nature

La parole a été donnée à 3 de nos partenaires (les Fédérations nationales sportives : randonnée, cyclotourisme et équitation) qui présenteront les priorités de leur partenariat avec la Fédération des Parcs qui recouperont les principaux enjeux déjà cités y compris celui de l'adaptation au climat et permettront de voir comment démultiplier des actions communes pour contribuer à y répondre.

De plus, nous avons présenté une agence qui vient de rejoindre la marque dans le cadre de séjours à développer dans les Parcs : Terres oubliées.

#### 1- Fédération française d'Equitation

Les Parcs naturels régionaux sont des territoires appréciés par les pratiquants de loisirs et sports de nature, riches d'un important réseau de sentiers et de boucles de randonnée. Ils conduisent leur mission d'accueil du public sur leur territoire afin d'assurer un développement maîtrisé des pratiques de tourisme et d'activités de pleine nature en leur sein.

Ces enjeux sont aussi partagés par la Fédération française d'Equitation (FFE) et ses membres.

Agissant pour près de 80000 licenciés et plus d'un million de pratiquants, le Comité National de Tourisme Équestre (CNTE) de la Fédération Française d'Equitation représente 2500 établissements équestres et associations de cavaliers. Il travaille en étroite collaboration avec ses organes déconcentrés que sont les Comités Régionaux et Départementaux de Tourisme Équestre (CRTE et CDTE).

Le CNTE, fêtera bientôt les 60 ans du tourisme équestre français. Il œuvre auprès des professionnels, des cavaliers et du grand public pour le développement et la promotion des activités de tourisme liées au cheval. Des partenariats locaux existent entre des Parcs et des Comités de tourisme équestre (Volcans d'Auvergne, Chartreuse, Brenne, Haut-Languedoc...). Depuis 2012, la FFE réalise une veille sur les axes de collaboration en lien avec le réseau des Parcs qui s'est prolongée depuis 2021 par l'engagement de projets pilotes. Cependant, nous n'avons pas encore signé de convention au plan national. Aujourd'hui, le projet joint entre la Fédération Française d'Equitation et la Fédération des Parcs naturels régionaux de France a pour but la mise en relation des différents Organes déconcentrés de tourisme équestre et les Parcs grâce notamment à l'accompagnement proposé par la FFE-Comité National de Tourisme Equestre.

L'objectif de cette convention est d'impulser de nouveaux projets de tourisme équestre, et plus largement, de développer l'itinérance douce dans les Parcs. En valorisant le travail des Comités et commissions en régions et départements, et plus largement de toutes les personnes oeuvrant pour le déploiement des infrastructures du tourisme équestre, ce projet représente de nouvelles opportunités pour proposer des projets structurants, adaptés aux thématiques propres à chaque PNR, comme levier de développement. Le partenariat que nous souhaitons renforcer porte principalement sur l'échange d'information et la conduites d'actions de communication croisées.

Cette convention signée pour 5 ans engage nos deux fédérations nationales dans un partenariat qui s'appuie sur des valeurs partagées et concerne les axes suivants :

- . **Partage d'information croisée** liées à l'évolution de la pratique de la randonnée équestre dans les Parcs, échange de publications, interventions ;
- . **Représentation** dans le cadre de conventions déclinées localement, dans les institutions et organismes traitant de leurs intérêts communs via des représentants locaux au sein des territoires des Parcs ;
- . Croisement des savoir-faire des 2 partenaires au service de la **création, l'aménagement, la gestion des itinéraires et sites de pratique** situés dans le périmètre des Parcs, en lien avec les établissements équestres adhérents à la FFE et en particulier avec les structures et les offres touristiques marquées « Valeurs Parc » ;
- . **Protection du milieu** grâce à des campagnes d'information et de sensibilisation ;
- . Renforcement de la **fréquentation des hébergements** avec lesquels existent des accords de collaboration (labels d'hébergement respectifs destinés aux cavaliers et aux équidés en lien avec le label et l'adhésion Cheval Etape, démarche qualité développée par la FFE et les hébergements marqués « Valeurs Parcs ») ;
- . **Formation** dans les champs de compétences communs liés à l'aménagement des itinéraires et des structures touristiques accueillant les chevaux et/ou les cavaliers.

- [Retrouvez la présentation de la Fédération nationale d'Equitation](#)
- [Retrouvez la convention signée entre la Fédération d'Equitation et la Fédération des Parcs](#)

## **2- Fédération de la Randonnée**

Grâce à la diversité de leurs paysages et la qualité de leurs patrimoines, les Parcs naturels régionaux sont des territoires appréciés par les pratiquants des loisirs et sports de nature. Ces patrimoines sont à la fois d'une grande qualité mais aussi d'une grande fragilité. Leur fréquentation a d'ailleurs été confortée depuis la crise sanitaire. Les Parcs sont donc amenés à poursuivre leur mission d'accueil du public sur leur territoire tout en prenant en compte les enjeux environnementaux afin d'assurer un développement maîtrisé des pratiques de tourisme et d'activités de pleine nature en leur sein.

Concernant la randonnée pédestre, ces enjeux sont aussi partagés par la Fédération française de Randonnée et ses membres. Cela est d'autant plus crucial qu'il s'agit de la pratique sportive et de loisirs la plus importante dans les PNR avec une densité de sentiers et de boucles de randonnée bien supérieure dans les Parcs que dans l'hexagone (42 % des communes de Parcs disposent d'au moins une boucle de randonnée contre 30 % dans les communes en France).

Le partenariat avec la Fédération française de la Randonnée est ancien car nous proposons de renouveler pour la 4<sup>ème</sup> fois une convention triennale (la première datant de 1997).

La Fédération Française de la Randonnée a pour but le développement de la randonnée pédestre, tant pour sa pratique sportive que pour la découverte et la sauvegarde de l'environnement, le tourisme et les loisirs. Elle regroupe, en 2012, 3500 associations rassemblant plus de 200 000 licenciés et 20 000 bénévoles. Elle est constituée en 115 Comités départementaux et régionaux. Elle a créé progressivement un réseau de 206 000 km de sentiers (GR®, GRP® et PR®). La Fédération française de la Randonnée est membre de l'AG de la FPNRF.

Cette nouvelle convention signée pour 10 ans engage nos deux fédérations nationales dans un partenariat qui s'appuie sur des valeurs partagées qui sont formulées dans les axes de ce protocole. Ces orientations croisent fortement les missions des Parcs traduites dans leur charte et ont vocation à renforcer les projets de territoire. Enfin, elles s'inscrivent pleinement dans le cadre stratégique commun adopté par notre Fédération en 2018 sur le tourisme et les activités de pleine nature :

### **- Aménagement et suivi des sentiers en protégeant les milieux naturels**

> Axes : Créer et gérer des itinéraires de randonnée dans les Parcs ; Maîtriser les loisirs motorisés ; Suivre les incidences par le dispositif SURICATE ; Développer le partenariat avec les collectivités

### **- Animation du territoire**

> Axes : Renforcer les partenariats pour le projet de territoire ; Conforter l'accessibilité maîtrisée aux espaces naturels et les pratiques de slowtourisme et de mobilités douces ; Contribuer à une connaissance affinée des flux de randonnée ; Informer, sensibiliser et éduquer aux pratiques durables de randonnée

### **- Communication optimisée entre partenaires**

> Axes : Organiser des évènementiels ; Renforcer la communication commune ; Développer des outils numériques ; Faire de cette convention un outil de valorisation de l'action des 2 parties

### **- Coopération européenne et internationale**

➤ [Retrouvez la convention signée entre la Fédération de la Randonnée et la Fédération des Parcs](#)

## **3- Fédération de cyclo tourisme**

Nous avons signé en 2005 une convention nationale avec la Fédération française de cyclotourisme. Elle ne comportait pas de modalités annuelles de reconduction ou d'animation et elle n'a pas été très suivie depuis un certain nombre d'années.

Cette fédération est également membre de la Fédération des Parcs.

Nous nous sommes engagés dans la relance de ce partenariat.

#### **4- Terres oubliées**

La société « Terres oubliées » a fusionné avec le TO Escursia, déjà engagé dans la marque avec des Parcs notamment dans le cadre de séjours ornithologiques.

Celle-ci a souhaité rejoindre la marque pour développer un catalogue d'offres dans différents Parcs.

Pour mémoire, pour des agences touristiques/TO souhaitant opérer à la dimension de plusieurs Parcs, un principe d'audit mutualisé pour la marque est réalisé au plan national (ou régional le cas échéant). Dans ces cas, une fois les exigences communes de la marque satisfaites, il ne reste plus qu'à conduire un travail spécifique concernant les critères locaux entre chaque Parc concerné par les séjours et le TO.

Cette démarche engagée avec Terres oubliées a permis d'échanger en amont et de comprendre la nouvelle stratégie que l'agence développe. Elle souhaite créer une gamme de séjours de type « expérientiel » dans les PNR (des séjours sont déjà en cours de construction dans des Parcs).

Les résultats de l'audit ont mis en lumière que l'agence était en forte cohérence avec les valeurs et exigences de notre marque notamment au travers la politique « Responsabilité Sociétale de l'Entreprise » (RSE) développée qui doit permettre de servir d'indicateurs pour la suite (surtout au niveau environnement et humain/social) et qui a été retenu pour le plan d'action. Ils permettent même d'envisager un partenariat dans le cadre de la suite du projet « Destination Parcs ».

D'ores et déjà, l'agence a créé des séjours expérientiels en immersion sur des territoires comme ceux sur les thèmes : « Comprendre la vie d'un berger et de l'alpage » et « Sur les chemins de la transition avec les acteurs locaux ».

La Fédération des Parcs va informer les Parcs de ce partenariat dans le cadre de la marque (avec envoi d'un document de proposition de l'agence) et proposer à ceux qui sont intéressés de se rapprocher de Terres oubliées afin de travailler à la préparation d'offres de séjours.

## Liste des participants

Prénom	Nom	Fonction	Organisme
Gilles	DESPEYROUX	Chargée de mission tourisme durable	PNR Millevaches en Limousin
Michel	GROS	Président Commission	PNR Ste Baume
Aurélié	GRELLET	Responsable Pôle Développement rural	PNR de Camargue
Etienne	CLAIR	Pole développement	PNR Livradois-Forez
Benjamin	CAU	Chargé de projets Tourisme Durable / Chef de projet DP	IPAMAC / FPNRF
Laura	LEOTOING	Déléguée générale	IPAMAC
Laure	REYNAUD	coordinatrice Tourisme durable Réseau PNR Région Sud	Réseau PNR Région Sud
Béatrice	RENAUD	Responsable Pôle Tourisme et Marque	Parc Landes de Gascogne
Géraldine	CHANCEL	chargée de mission tourisme	PNR brenne
Ophélie	PEIRIN	Chargée de mission Marketing territorial	FPNRF
Jean-Luc	BRIOT	Responsable de Cap tourisme	Pnr-vexin-francais
Bernard	VAURIAC	Maire	PNRPL
Christophe	COMBELLE	Membre de la commission "Grandes manifestations et brevets de tourisme"	FFCT
benoit	TIBERGHIE	Chargé de Mission Accueil du Public	PNR Massif des Bauges
Jenny	MAHE	Chargée de mission tourisme durable-écotourisme	Parc naturel régional de Lorraine
Valérie	LECURIEUX	Responsable Aménagement Protection Sites et Itinéraires	FFRandonnée
Laure	SAGAERT	responsable service développement des comités	FFRandonnée
Mathilde	ALLARD	responsable de Pôle Transition Economique	PNR des Boucles de la Seine normande
Thierry	MOUGEY	Chargé de mission	FPNRF
Stéphane	ADAM	Coordinateur Développement durable	FPNRF
Béatrice	ROYAUX	Prestataire	Focus Marketing
Emmanuel	KARAS	Prestataire	Focus Marketing
Hilaire	VALLIER		Atout France
Anne-Laure	GUINOISEAU	Chargée de mission tourisme	PNR Armorique
Benjamin	VU VAN	Chargé de mission tourisme	PNR Forêt Orient
Pauline	GUILLOT	Chargée de mission tourisme	PNR Périgord-Limousin