

Parcs naturels régionaux Français
Une autre vie s'invente ici



Une autre vie s'invente ici



UICN
CONGRÈS
MONDIAL DES PARCS
SYDNEY 2014

*Des parcs, la planète et nous:
des solutions sources d'inspiration*

UN DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE LOCAL

CONTRIBUANT A LA **RICHESSSE**
DES PATRIMOINES ET AU
RENFORCEMENT DU **LIEN SOCIAL**



Avec le soutien financier de

**UN DÉVELOP-
PEMENT
SOCIO-
ÉCONOMIQUE,**
une mission
reconnue
tardivement
mais fortement
ancrée
aujourd'hui



Une autre vie s'invente ici

Devenue l'une des cinq missions des Parcs régionaux depuis 1993, ce développement doit **contribuer à la richesse des patrimoines et au renforcement du lien social.**

Les Parcs doivent vivre et faire vivre.

Le Parc soutiendra en priorité les activités économiques :

- qui valorisent les ressources naturelles et humaines du parc,
- respectueuses de l'environnement.

Les Parcs comptent :

320 000 entreprises
(7% du tissu économique français)

730 000 salariés
(3% de l'effectif salarié national)



LA MARQUE "PARC NATUREL RÉGIONAL"

Une démarche
contractuelle
avec l'entreprise
bénéficiaire

1 MARQUE
3 VALEURS

Attachement
au territoire
Valeurs humaines
(savoir-faire,
passion, solidarité)
Respect de
l'environnement

Marque « Parc Naturel Régional » :

- collective, propriété de l'Etat qui en confère la gestion à chaque Parc,
- un cadre national commun, une déclinaison par Parc,
- labellise des produits artisanaux, agricoles, des services touristiques et pédagogiques et des savoir-faire réalisés par des entreprises.

CHAQUE PARC :



- propose des modalités de mise en œuvre
- met en place un dispositif d'attribution
- valide les attributions de la marque
- réalise un suivi/contrôle dans le temps

La marque
s'inscrit dans
un objectif de
création de
plus-value pour
les entreprises
et le territoire.

+ de 240
produits, savoir-faire,
prestations touristiques marqués

+ de 2000
entreprises portent
ce marquage

LA CHARTE EUROPÉENNE POUR LE TOU- RISME DURABLE DANS LES ESPACES PROTÉGÉS :

Une stratégie
territoriale
partagée, une
contractualisation
avec les acteurs



La Fédération des PNR de France a contribué à son élaboration dans le cadre de la fédération européenne Europarc.

OBJECTIF DE LA CETD

- Aider les espaces protégés à définir : **une stratégie collective de développement touristique durable** contribuant au développement économique, social et environnemental.



LES 3 VOLETS DE LA METHODOLOGIE

- 1 : **Le territoire** - Stratégie élaborée avec les institutionnels et les offices de tourisme
- 2 : **Les prestataires touristiques locaux** - Qualité de l'offre du secteur privé
- 3 : **Les opérateurs de voyages** Commercialisation par labellisation

In 2014 :

1 Parc sur 2
engagé dans la Charte.

7 opérateurs
de voyages agréés
(volet 3).

DES PARCS PLATES-FORMES D'INNOVATION (1/2)



Une autre vie s'invente ici

La plateforme territoriale d'innovation porte sur **l'émergence d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un procédé nouveau**, apportant une solution à une problématique à laquelle aucune solution traditionnelle n'était en mesure de répondre.

LE TOURISME EXPÉRIENTIEL PARCS PRÉALPINS

- Permet une offre alternative au « tout neige ».
- Propose des activités mémorables et personnelles.

Nouvelles méthodes :

- Travail en binôme Parc / opérateur privé.
- Mobilisation de spécialistes des réseaux sociaux.
- Scénariste pour la réécriture du séjour...

LA DEMARCHE

- Diagnostic réalisé par les parcs
- Mobilisation des opérateurs touristiques. Une quarantaine rencontrés ; une trentaine s'engagent dans la démarche.
- Séminaire acteurs privés/institutionnel
- Cahier des charges : 11 projets de séjours présélectionnés
- Identification des 5 lauréats du concours
- Dernière phase (en cours) : promotion et commercialisation de l'offre

LES REALISATIONS :
partenariat public-privé

DES PARCS PLATES-FORMES D'INNOVATION (2/2)



DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS PARC DE SCARPE-ESCAUT

Une autre vie s'invente ici

Le Parc souhaite des **circuits courts à finalité sociale** et pas seulement économique.

La méthode : le Parc travaille avec des structures relais.

LES ACTIONS

- Marque Parc pour les **endives et les fraises**.
- 2004, « **week-end gourmands** » pour consommateurs, commerçants et restaurateurs locaux.
- 2006, recensement de l'**offre des circuits courts**.
- 2008, **sensibilisation aux produits locaux**.
- **Etude sur les revenus des habitants du Parc**.
- Dans plusieurs communes :
 - *alimentation et activités physiques ;*
 - *découverte du patrimoine ;*
 - *ateliers culinaires ;*
 - *points de dépôt de paniers de légumes solidaires...*

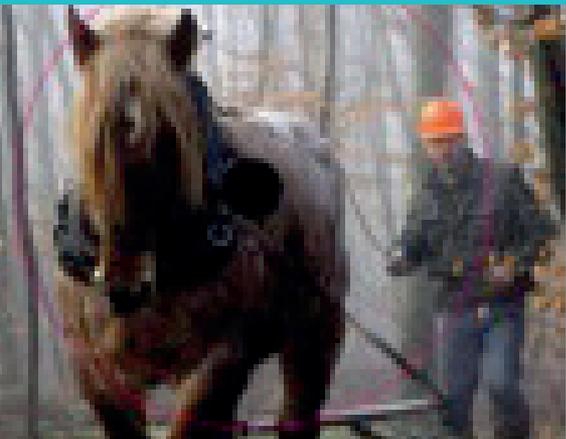
RÉSULTATS & PERSPECTIVES :

Réunion des acteurs
économiques,
éducatifs, culturels,
sociaux du territoire.

2014 :
Recherche-action
sur 3 ans autour d'un
projet collectif
d'alimentation
durable



DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE & VALORISATION DES RESSOURCES ET SAVOIRS- FAIRE LOCAUX



PARC DES PRÉALPES D'AZUR

Les plantes & le développement
économique

**Partenariat entre le Parc et le
Pôle de compétitivité** Parfums
Arômes Senteurs Saveurs :

- **rechercher des plantes** dans le parc qui ont des propriétés médicinales ou en parfumerie,
- **expérimenter** leur remise en culture,
- **contractualiser** avec des industries qui développeront un produit naturel et local.

Une autre vie s'invente ici

PARCS DES BALLONS DES VOSGES

Une tradition ancienne,
un débouché économique actuel

- Développer la traction animale en concertation avec les professionnels.
- De nouveaux usages tournés vers l'avenir.

**Praticiens
filière traction
animale**

Débardage à cheval
Maraîchage / Balades
Formation au débardage
Exploitation forestière
Fabricant de matériel
pour la traction
animale

UN DÉVELOPPEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE RESPECTUEUX DU TERRITOIRE, UN MODÈLE ET DES EXPÉRIENCES QUI INSPIRENT AND EXPERIENCES

UN OUTIL EUROPEEN POUR LE TOURISME DURABLE

- Développement méthodologie «CETD» au sein d'**Europarc**, Fédération des Aires protégées d'Europe.
- **Plusieurs sections nationales** travaillent au développement de cet outil méthodologique : France, Italie, Espagne...

LES OUTILS ET EXPERIENCES DES «PNR» ATTIRENT ET INSPIRENT

- **Marque Parc** : Uruguay, Mexique, Maroc, République Tchèque...
- Coopération sur le **tourisme durable** : Mexique, Maroc...

Projet de coopération «Regards croisés» PNR Landes de Gascogne, France / Province de El-Hajeb, Maroc

- Echange d'artistes, mise en place de chantiers de jeunes.
- Création et promotion d'un produit écotouristique croisé Trek au Maroc / circuits écocyclo landais.



LES CLÉS DU SUCCÈS

ÉLÉMENTS MENANT AU SUCCÈS

- Expérimentation et construction concertée d'un cadre national entre PNR
- Adaptation locale à chaque stratégie territoriale
- Des démarches concertées associant l'ensemble des acteurs concernés
- Des démarches volontaires et contractuelles
- Un accompagnement, une animation et une reconnaissance du Parc auprès des acteurs locaux
- Des démarches de progrès

Une autre vie s'invente ici

FACTEURS FAVORABLES

- La capacité reconnue des Parcs : Innovation, Expérimentation, Expertises thématiques
- La capacité d'animation et de rassemblement du Parc : dialogue territorial
- Le sentiment et la fierté d'appartenance à un territoire de valeur