



Enquête



« *État des lieux du tourisme et des loisirs dans les Parcs naturels régionaux* »

Éléments-clefs



UNE ENQUÊTE POUR AGIR ENSEMBLE



- * Un état des lieux du tourisme et des loisirs pour préparer un positionnement partagé et une stratégie commune de développement touristique des Parcs :
 - * comprendre la situation touristique des territoires et les modes d'intervention des Parcs dans le tourisme
 - * apporter des éléments de réflexion et alimenter les débats
- * Un questionnaire envoyé à l'ensemble du réseau qui a mobilisé 35 Parcs :
 - * un questionnaire élaboré par le groupe de travail *Positionnement et axes stratégiques*
 - * l'analyse et l'interprétation des résultats, le fruit d'un travail commun

2



LE TOURISME DANS LES PARCS, UNE RÉALITÉ À PRENDRE EN COMPTE



- * Les territoires des Parcs sont des destinations touristiques
 - * 50% des séjours dans les espaces protégés se déroulent dans les Pnr
- * Le tourisme dans les Parcs, un levier pour le développement des territoires
 - * tourisme, acteur du développement durable
- * La diversité des patrimoines, un atout incontestable pour l'attractivité touristique des Parcs
 - * les patrimoines naturels et culturels permettent aux Parcs de se différencier des autres espaces protégés en France
- * Un phénomène à maîtriser pour sauvegarder les patrimoines et la qualité de vie

3





- * Fréquentation
- * Types de séjours et de clientèles
- * Hébergements
- * Filières



DES FRÉQUENTATIONS TOURISTIQUES À MAÎTRISER OU À DÉVELOPPER D'AVANTAGE

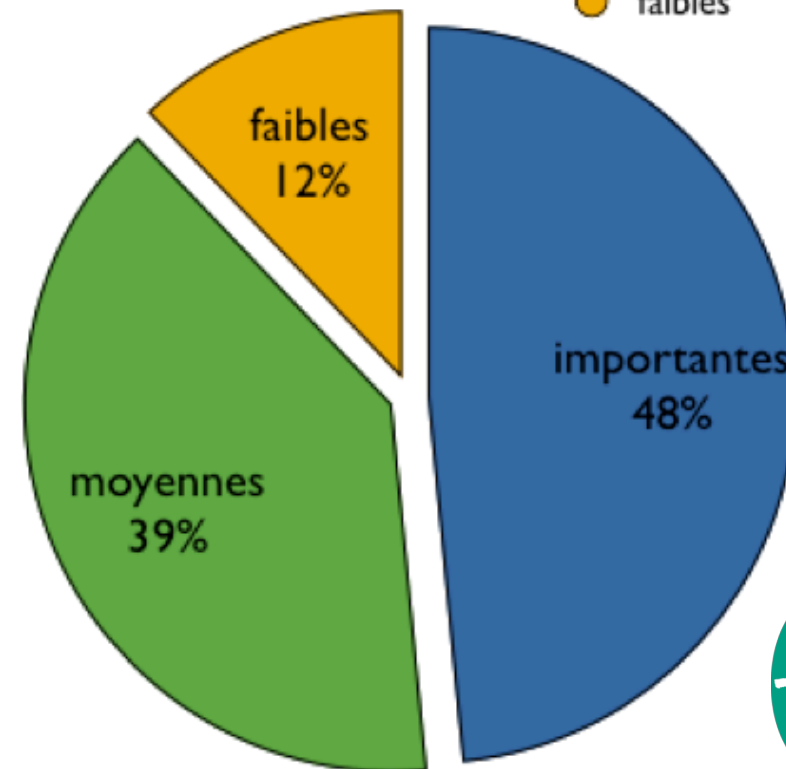


* Intensité des fréquentations touristiques :

* En fonction des besoins identifiés, deux modes d'intervention appliqués :

- gestion des flux
- développement des fréquentations

● importantes
● moyennes
● faibles



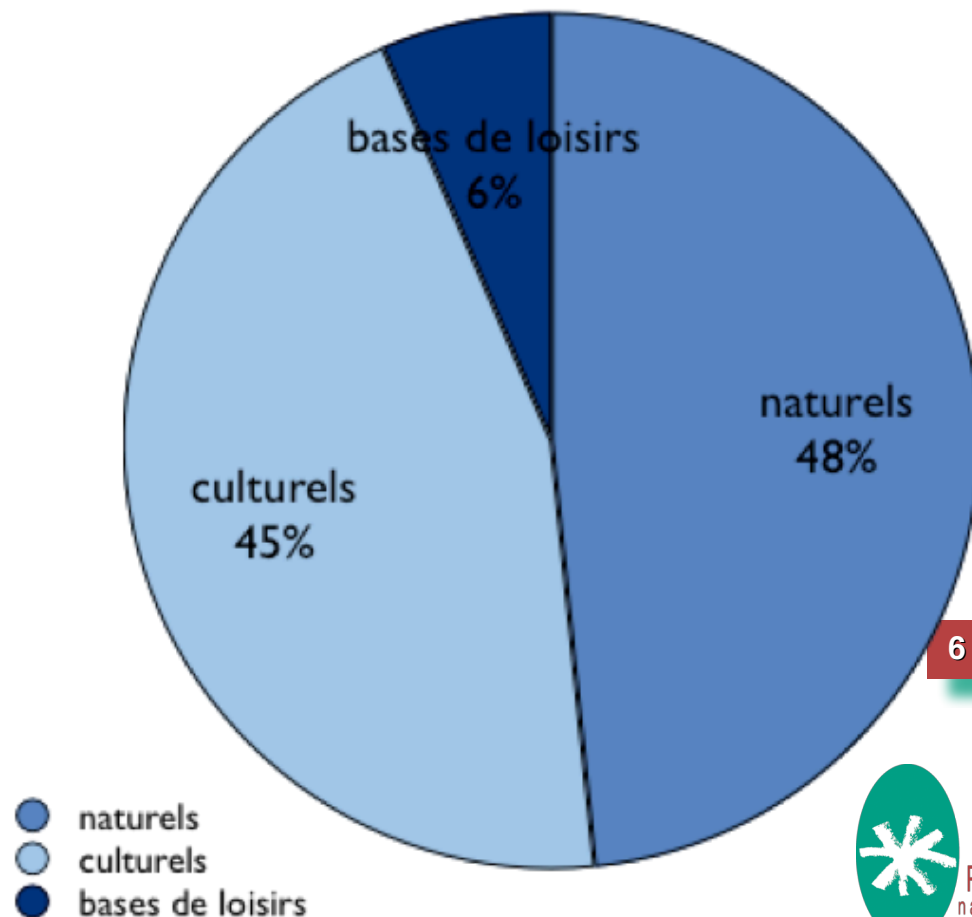
5



UN FORT INTÉRÊT POUR LA NATURE ET LA CULTURE

* Sites les plus fréquentés sur le territoires des Parcs :

- * 45% des sites reçoivent plus de 200 000 visiteurs par an
- * malgré l'image nature, un intérêt marqué pour les sites et événements culturels



LA PROXIMITÉ, FACTEUR ESSENTIEL DE LA FRÉQUENTATION



types de clientèles	%
locale & de proximité	60
extérieure	25
étrangère	15

types de séjours	%
excursion	44
court séjour	30
long séjour	26

7



LES HÉBERGEMENTS, DES ACTIONS SPÉCIFIQUES NÉCESSAIRES ?

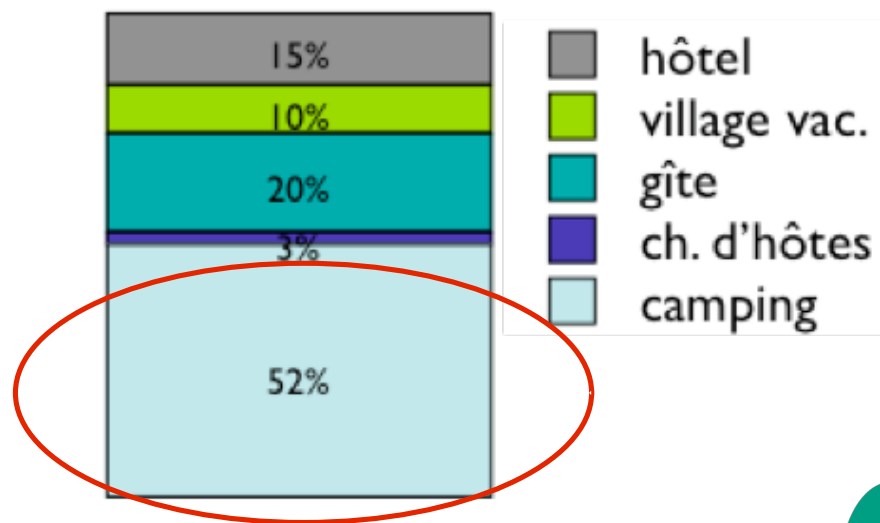


* Hébergements :

* forte proportion du camping dans l'offre d'hébergement marchand

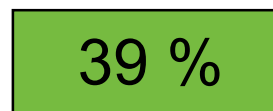
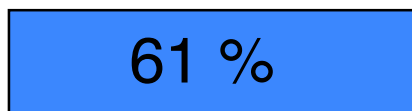
* mais le secteur non-marchand à considérer dans les stratégies de développement

La moyenne des capacités d'hébergement marchand :



8

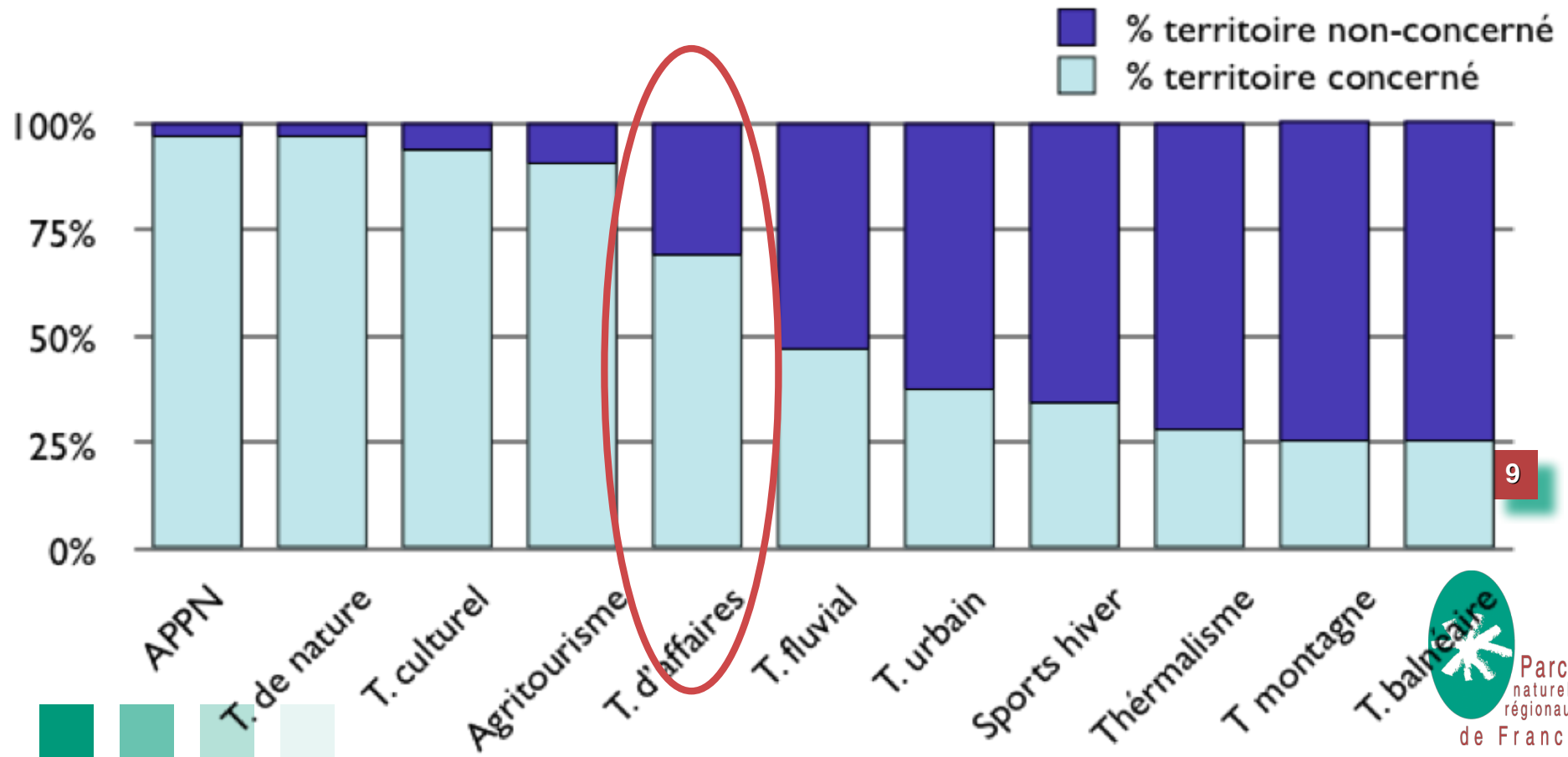
offre non-marchande offre marchande



5 FILIÈRES CLEFS POUR LA MAJORITÉ DES PARCS



* Filières touristiques dans les Pnr :



9



ACTIONS DES PARCS SUR LE TOURISME ET LES LOISIRS



- * Prise en compte dans le fonctionnement
- * Transversalité de la démarche
- * Enjeux et politiques touristiques
- * Domaines d'intervention
- * Éléments de stratégies
- * Bilan et attentes
- * Innovation

10



UNE MISSION INCONTOURNABLE DANS LE FONCTIONNEMENT DES PARCS



* **Prise en compte dans le fonctionnement :**

* 3/4 des Parcs ont des chargé(e)s de mission tourisme

* 3 types de cette prise en compte :

* pôle tourisme

* mission tourisme transversale avec d'autres missions

* chargé(e) de mission tourisme "tout court"

* mission sports de nature se spécifie et se généralise de plus en plus:

* près de la moitié des Parcs ont des chargé(e)s de mission sports de nature

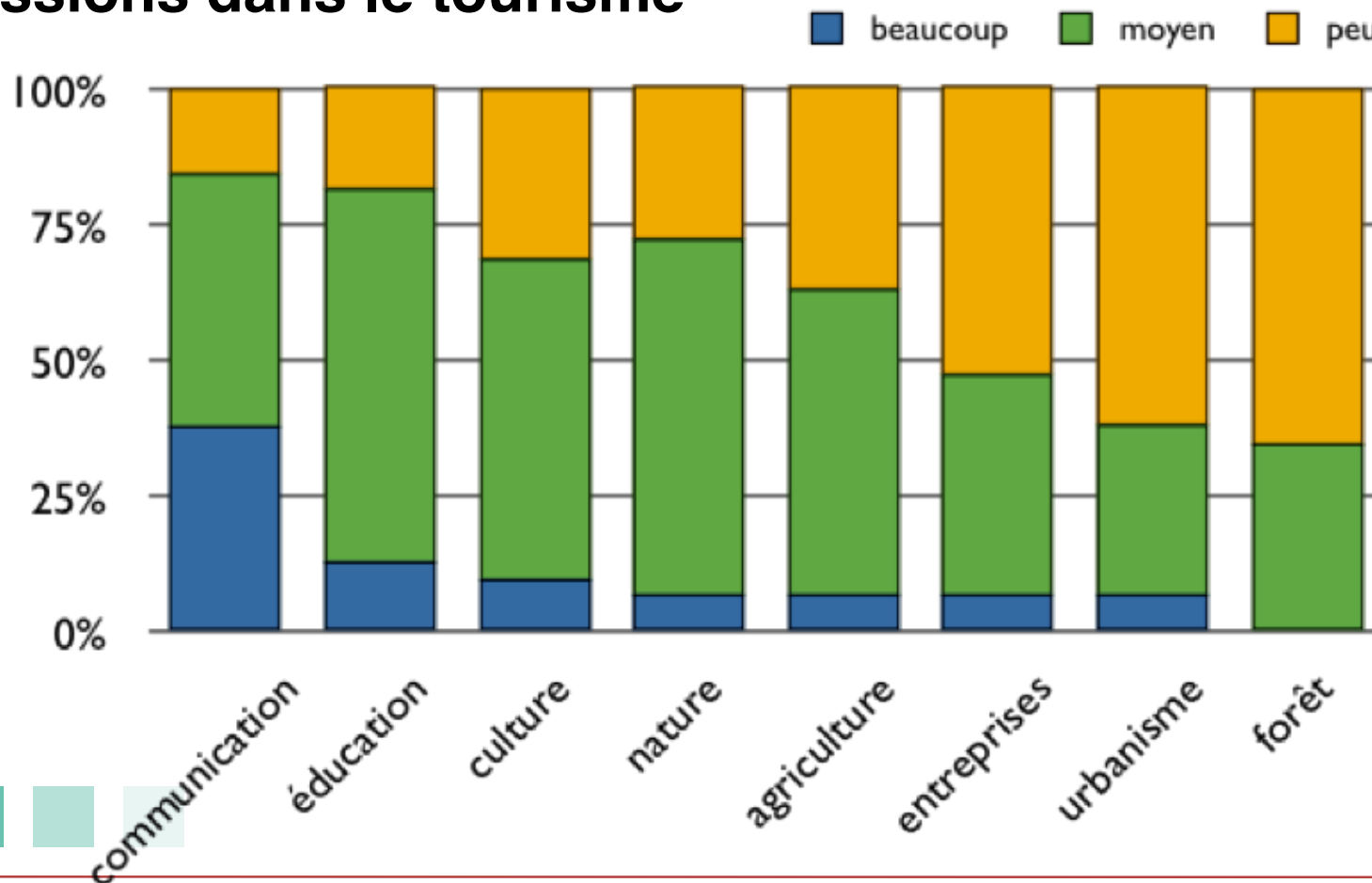
11



UNE APPROCHE TRANSVERSALE AVEC DES MARGES DE PROGRÈS POSSIBLES



*** Transversalité : implication des autres chargé(e)s de missions dans le tourisme**

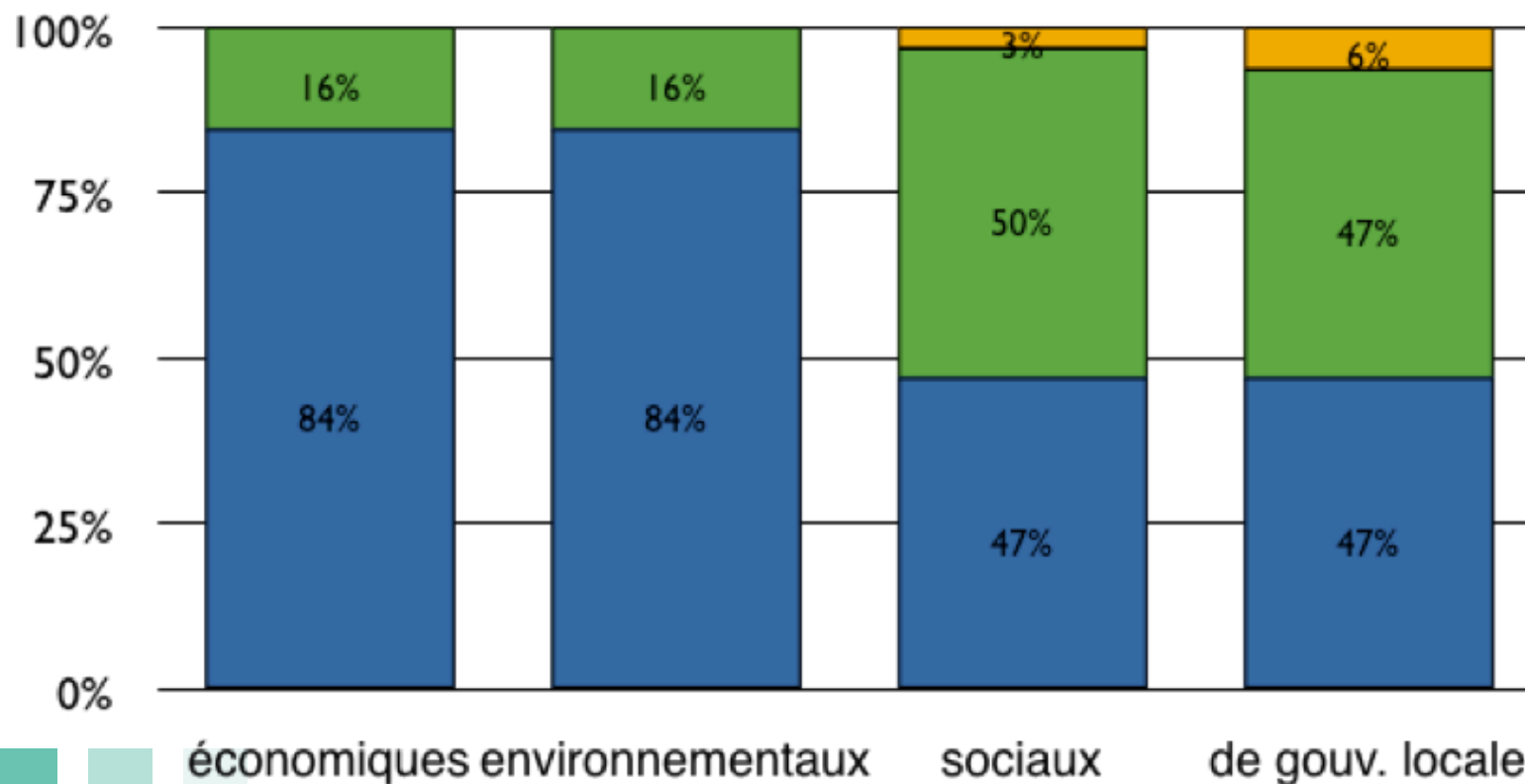


L'ÉCONOMIE LOCALE ET L'ENVIRONNEMENT, LES PRINCIPAUX ENJEUX



* Enjeux :

■ beaucoup ■ moyen ■ peu



13



QUELLES ACTIONS SPÉCIFIQUES DES PARCS DANS LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE ?



* Principaux domaines d'intervention :

- * Accueil et information des visiteurs **97%**
- * Aménagements spécifiques pour le tourisme **97%**
- * Mise en réseau d'acteurs touristiques **97%**
- * Promotion/communication **94%**
- * Qualification et structuration de l'offre touristique **94%**
- * Formation **90%**

14



LA POLYVALENCE, UNE LIMITE POUR ÊTRE EXEMPLAIRE ?



* Principaux domaines d'intervention :

- * Capacité d'intervention dans de nombreux domaines
- * Mais une forte volonté de progresser dans les pratiques
 - * 20 % des Parcs disent mener ces interventions de manière exemplaire
 - * 60 % des Parcs souhaitent améliorer leurs pratiques
- * Maîtrise d'ouvrage, mode d'intervention privilégié dans les Parcs

15



L'OBJET D'UNE STRATÉGIE POUR LA QUASI-TOTALITÉ DES PARCS



* Éléments de stratégies touristiques :

- * Un **chapitre spécifique *tourisme*** dans la charte pour la quasi-totalité des Parcs
- * 2/3 des Parcs ont développé une **stratégie touristique** en plus de la charte
- * **Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD)**, outil pour la mise en place des stratégies touristiques

16





* Des éléments évidents :

* Développement économique

* Développement social

* Éducation...

* Mais un besoin d'ouverture...

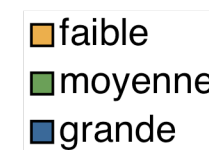
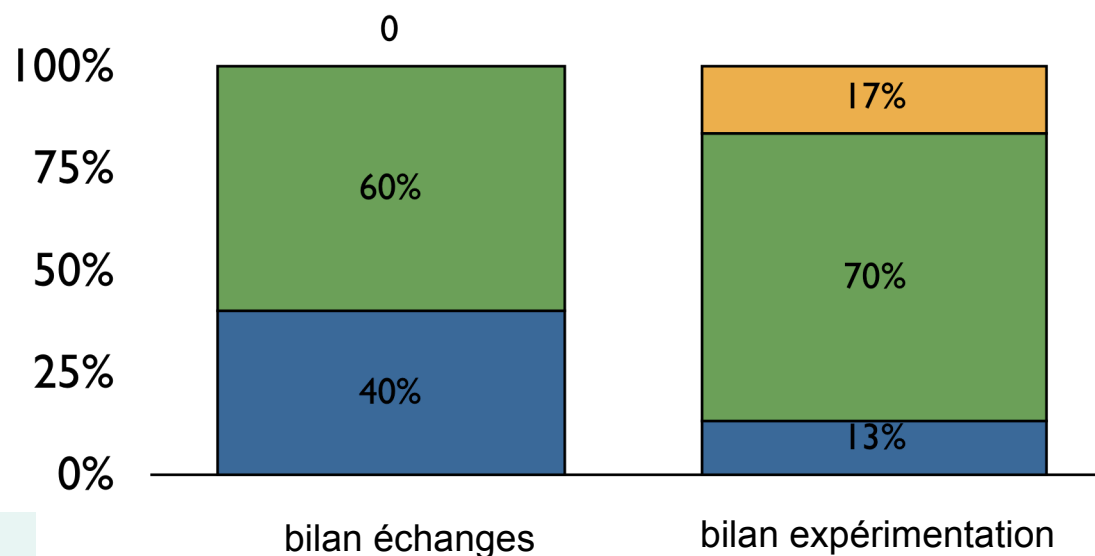


UN BILAN POSITIF DE L'EFFICACITÉ DU TRAVAIL EN RÉSEAU, MAIS...



* Les “plus” du réseau :

- * Animation et échanges inter-parcs : information références, production en commun
- * Stimulation et contribution à la capacité d'innovation et d'expérimentation



18

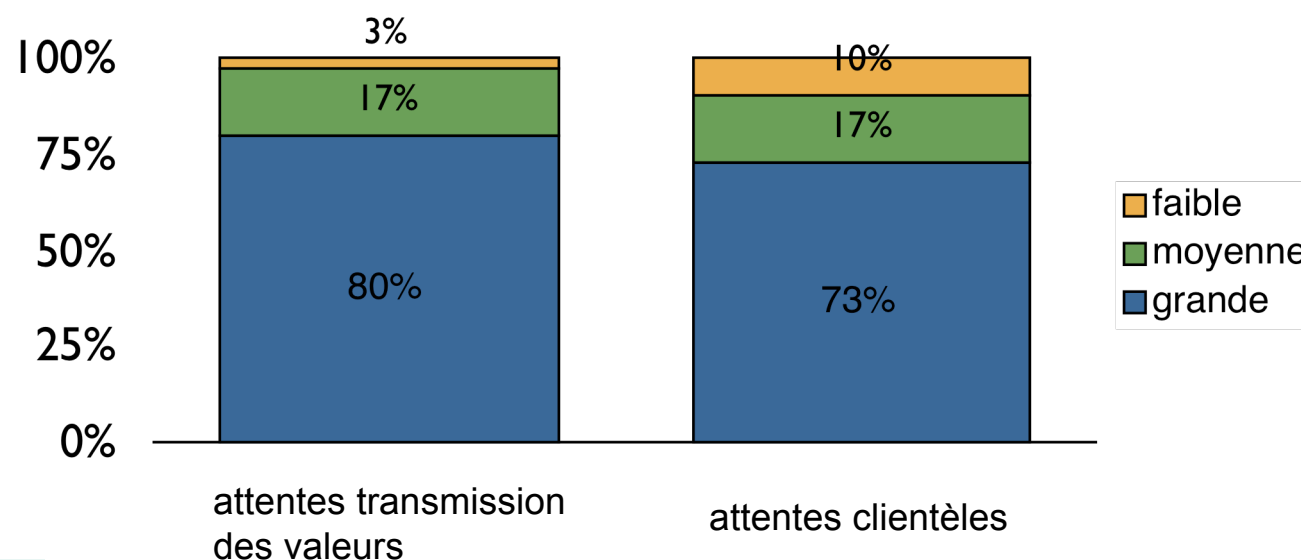


DE NOUVELLES ATTENTES IDENTIFIÉES



* Renforcer les domaines où les Parcs seuls ne sont pas efficaces :

- * Action sur le contexte sociétal : transmission des valeurs *Parc*
- * Action sur la connaissance des marchés : clientèles



19



LA NÉCESSITÉ D'INNOVER POUR ACCUEILLIR DURABLEMENT



- * **Expérimenter, une mission à accomplir dans une approche transversale :**
 - * S'engager pour l'accessibilité à tous
 - * Favoriser les circulations douces
 - * Agir en faveur de la biodiversité et des paysages
 - * Créer des liens avec les filières courtes
 - * Développer un tourisme de qualité sans devenir des destinations haut-de-gamme
 - * Soutenir la dynamique culturelle des territoires
 - *

20



UTILISER LA FORCE DU RÉSEAU



- * Pour s'assurer une place dans le développement touristique des territoires
- * Pour distinguer le rôle et les missions qui sont propres aux Parcs
- * Pour garantir la cohérence de la politique du réseau
- * Pour amplifier la portée des actions et permettre leur meilleure efficacité
- * Pour travailler dans l'esprit d'une culture commune et dans le respect des valeurs "Parc"

 Il est nécessaire d'exprimer un positionnement partagé et une stratégie commune

21

