



R A P P O R T D E S T A G E



La Charte Européenne du Tourisme Durable au sein des Espaces Protégés

**Bilan et bonnes pratiques de cinq années
d'application de la CETD**



Frédéric LAIR



**Sous la direction de Olaf HOLM,
Chargé de mission valorisation du patrimoine à la Fédération des Parcs
Naturels Régionaux**

Septembre 2006



Remerciements : À Guillemette, Axelle, Matthieu et Jérôme, qui, lors de leurs absences, m'ont permis de grandement avancer dans mon travail. Aux membres de l'équipe du pôle Développement Durable de la Fédération, qui, lors de leur présence, m'ont permis de mieux comprendre le milieu des Parcs et ainsi avancer dans mon travail. À Olaf, pour m'avoir supporté comme stagiaire,
Et enfin à Alizée, pour me supporter tout court.

Photos : PNR du Queyras et Cécile Birard (juste un petit merci)

La Charte Européenne du Tourisme Durable au sein des Espaces Protégés

Bilan et bonnes pratiques de cinq années d'application de la CETD

TABLE DES MATIÈRES

<u>REMERCIEMENTS</u>	1
<u>TABLE DES MATIÈRES</u>	2
<u>I – Description de la structure d'accueil : la Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France</u>	6
<u>II – Ma mission à la FPNRF</u>	9
<u>III - La méthodologie employée</u>	11
<u>IV – Les espaces protégés et le tourisme : état de la question</u>	14
A – l'activité touristique aujourd'hui	14
1- Le point sur le tourisme	14
2 – Les effets induits du tourisme	14
3 – Le tourisme durable aujourd'hui	16
Tourisme durable et tourisme de masse	16
Le tourisme comme facteur clé du développement durable	17
B - Photographie de la situation et des milieux étudiés : les	

espaces protégés et le tourisme	19
1 – La gestion des espaces naturels	19
2 – La double problématique des Parcs Naturels Régionaux	21
3- Les Parcs et le tourisme	21
4 – La Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés	23
<u>V - L'efficience du tourisme durable par la Charte au sein des Parc :</u>	30
A - Les différentes contraintes touristiques des Parcs ou la diversité des espaces touristiques protégés :	30
1. Les Parcs très touristiques	31
2. Les Parcs à faible développement touristique	34
3. Les Parcs périurbains	36
4. Conclusions	38
B – Les attentes des Parcs face à l'adhésion à la Charte Européenne	40
C - Quel rôle de la Charte dans la prise d'initiative et les actions concrètes sur ces espaces ?	42
1. La gestion et l'accueil des différents publics	44
a. Démarche de territoire adapté dans le Vercors	48
b. Les offres de loisirs d'hiver à destination des clientèles à mobilité réduite au Queyras	51
c. Le tourisme accessible en Luberon	52
d. La gestion des sports motorisés dans l'Avesnois	58
2. La mise en circulation douce du territoire	61
a. Les méthodes de déplacements doux communes aux différents Parcs	61
b. Les TER-VERT en Avesnois	66

c. <i>Les balladobus dans le Vexin</i>	69
3. Le développement d'une offre touristique spécifique en soutien à l'économie locale	72
a. <i>Les estaminets de randonnée dans les Caps et Marais d'Opale</i>	72
b. <i>Les randonnées sans bagages dans les Boucles de la Seine Normande</i>	74
c. <i>Les GTV</i>	77
d. <i>Le train touristique du Livradois-Forez</i>	80
4. Amélioration de la qualité de vie et appropriation territoriale par les habitants des espaces protégés	87
a. <i>Enquête de perception du tourisme durable auprès des habitants du Parc dans l'Avesnois</i>	89
b. <i>Les méthodes d'interprétation paysagère, patrimoniale et culturelle en Scarpe-Escaut</i>	93
c. <i>Réglementation de l'affichage des compétitions sportives dans le Pilat</i>	96
d. <i>La « Fondation pour le Parc » dans les Vosges du Nord</i>	98
5. Augmentation de la qualité de l'offre	102
a. <i>Mise en place d'un réseau de gîtes « écotouristiques » dans les Landes de Gascogne</i>	104
b. <i>Développement d'une centrale de réservation aux critères « durables » dans le Queyras</i>	107
c. <i>La démarche IPAMAC de travail avec les entreprises</i>	111
<u>VI – Des bénéfices pour les entreprises touristiques au sein des espaces signataires de la Charte ?</u>	118
A – Le travail avec les entreprises : les avancées pour développer le Volet 2	118

B - La communication sur la Charte	126
La stratégie communication à adopter (exemple du Vexin)	
<u>VII – Quelles réserves à émettre à l'encontre de la Charte ?</u>	131
A – Les apports constatés de la CETD	131
B – Les principaux obstacles à l'établissement de la Charte dans les espaces protégés	133
C – Le positionnement des Parcs candidats à l'adhésion : quelles retenues face à la CETD ?	135
E - Les limites de la CETD	136
<u>CONCLUSION</u>	140
<u>BIBLIOGRAPHIE</u>	145
<u>ANNEXES</u>	148

Abstract : The *Fédération des Parcs Naturels Régionaux* led the European Charter of Sustainable Tourism in Protected Areas implementation ; its methodology aims to enable the development of sustainable tourism in the protected areas. This tool come within a French and European context of know-hows which continues to improve and spread. It has already been applied to ten French Parks and in more than thirty areas in Europe, and furthermore, the number of its candidates rate is increasing each year (13 candidate areas up to year 2008). Five years have already passed since the European Charter has been applied by the first signatories ; the assesment of its implementation is now an essential aim to identify and promote the good experiences applied in the *Parcs Naturels Régionaux*. This report concludes with the real impact on its real import within the *Parcs Naturels Régionaux* : what can be expected as a result of its adoption ? What are the blocks in the Parks to its implementation ? And what are the limits of its application ? Secondly, the report will clarify the positive experiences linked to the Charter : What is the role of the Charter in their creation ? What are the Park types that have undertaken such actions ? In which fields are they created ?

The report will attempt to answer each of this questions in order to truly assess the impact and the feeling of the Charter for its French users.

Résumé : La Fédération des Parcs Naturels Régionaux a piloté la mise en place de la Charte Européenne du Tourisme Durable ; celle-ci a pour but, de par la méthodologie proposée, d'appliquer le tourisme durable dans les territoires protégés. Cet outil s'inscrit dans un contexte français et européen d'amélioration et de diffusion des savoir-faire, et a déjà su séduire plus d'une trentaine de territoires en Europe dont dix en France, le nombre de candidats allant croissant chaque année (13 espaces candidats échelonnés jusqu'à 2008). Il y a déjà cinq ans que la Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés est mise en pratique dans les premiers Parcs signataires ; le bilan de son application devient dès lors un objectif central pour identifier et promouvoir les bonnes expériences en œuvre dans les Parcs Naturels Régionaux. Ce rapport fait donc le point sur la réelle portée de la Charte au sein des Parcs Naturels Régionaux français : quelles sont leurs attentes face à son adoption ? Quels sont les blocages des Parcs dans sa mise en oeuvre ? Les limites de son application ? Le rapport insistera en second lieu sur les bonnes expériences liées à celle-ci : quelles sont-elles ? Quel est le rôle de la Charte quant à leur création ? Quels sont les types de Parcs porteurs d'actions ? Dans quels domaines sont-elles créées ?

Le rapport tentera donc de répondre à toutes ces interrogations afin de réellement mesurer l'impact et le perçu de la Charte par ses utilisateurs en France. Il sera donc étudié les différentes approches faites de l'application de la Charte dans les PNR. Le constat dressé rapporte essentiellement que celle-ci, aux vues de tous les éléments avancés, permet effectivement de penser correctement le tourisme durable sur les territoires, mais que la démarche n'est pas encore convenablement balisée et finalisée, pas encore « rodée » : l'absence d'agrément commun pour le travail avec les entreprises en est l'exemple le plus flagrant. L'outil reste donc encore à parfaire ; à l'inverse, ces manques semblent cependant

avoir développés dans les Parcs un certain nombre d'initiatives et de bonnes pratiques en rapport à ces carences.

Les attentes des Parcs vis-à-vis de cette Charte étaient très diverses, et souvent propres à chaque type de Parc (à faible développement touristique, très touristique, périurbain) ; celles-ci concernaient surtout l'obtention d'une définition du tourisme durable (avoir enfin une définition claire capable de persuader les élus d'y consentir certains efforts), la qualification de leur politique touristique et l'amélioration de la qualité de l'offre. Ces éléments ont été en grande partie satisfaits par l'adoption de la Charte.

En revanche, d'autres attentes n'y trouvèrent pas le même accomplissement. En effet, certains attendaient de la CETD une nouvelle « porte d'entrée touristique » au territoire, ce qui n'est pas le cas lors de l'application de l'outil. De même, la reconnaissance et l'acquisition par les acteurs d'une culture du développement durable / tourisme durable était également un souhait qui ne fut pas réalisé uniformément étant donné les blocages inhérents à certains espaces ruraux, empêchant la sensibilisation à ces précédents aspects. Enfin, la reconnaissance au niveau territorial des Parcs comme référents et comme autorité sur la question du tourisme durable ne s'est pas non plus trouvée accomplie.

C'est sur ces points qu'il serait bénéfique à la Charte de parfaire ses aptitudes, car celle-ci a permis bon nombre d'avancées et d'apports à la situation du tourisme dans les Parcs, les plus probantes d'entre elles ayant permis l'association et le travail avec les entreprises touristiques (pour les Parcs les plus engagés dans la Charte) ou encore la conception d'une politique globale du tourisme, évitant ainsi les actions orphelines et sans suite.

Malgré cela, les Parcs signataires continuent de faire preuve d'initiatives dans le domaine touristique (les bonnes actions exposées dans le rapport en sont la preuve) et espèrent à présent pouvoir tous avancer avec les mêmes bases de travail avec les entreprises, pour enfin pouvoir réellement progresser de manière constructive sur l'ensemble des aspects de la question.

I - DESCRIPTION DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL : LA FPNRF

Mon stage se déroule donc à Paris, à la Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) d'avril à octobre 2006. Cette structure a été créée en 1971 et représente l'association des Parcs naturels régionaux. Elle est chargée de la représentation de leurs intérêts auprès des administrations, des assemblées parlementaires et des organismes institutionnels, ainsi que de l'information du public. Elle est aussi une structure de concertation avec les Régions et les partenaires nationaux de l'action des Parcs, notamment les autres espaces protégés français et européens.

La Fédération comprend trois collèges de membres actifs :

- le 1^{er} collège, regroupant les Parcs naturels régionaux créés à ce jour (avec 3 représentants par Parc)
- le 2^{ème} collège, regroupant à ce jour 18 Régions
- le 3^{ème} collège, regroupant 22 organismes nationaux de développement, de propriétaires et gestionnaires de l'espace, de protection du patrimoine naturel ou culturel, de tourisme, d'accueil et de plain air.

Interlocutrice des Régions, des administrations nationales, des assemblées parlementaires et de l'Union européenne, la Fédération des Parcs a pour rôle :

- de représenter les intérêts collectifs des Parcs naturels régionaux auprès des instances nationales et internationales et de participer à la définition et à la mise en œuvre des politiques concernant es espaces ruraux français
- de diffuser, faire connaître et prendre en compte l'éthique des Parcs et leurs actions, en France et à l'international, d'assurer un échange d'information et de réflexions entre les Parcs, de faciliter la mise en

commun de leurs expériences et d'encourager les échanges avec les autres espaces protégés français ou étrangers

- d'assister les organismes chargés d'étudier et de gérer les Parcs, en particulier lors des procédures de création ou de révision de leur charte
- d'assurer une information sur les modalités d'accueil du public et une promotion de l'ensemble des PNR
- de veiller à la protection de la marque « Parc naturel régional »

La Fédération est une association de la loi de 1901, et est administrée par :

- une assemblée générale regroupant l'ensemble de ses membres et se réunissant au moins une fois par an. Elle délibère sur la politique de la Fédération et sur les orientations à donner à son action
- un conseil d'administration composé de membres représentant chacun des trois collèges de l'assemblée générale. Il se réunit deux fois par an, élit le président de la Fédération, désigne les membres du bureau et décide de la création des commissions
- un bureau comprenant 24 membres désignés par le conseil d'administration.

Son fonctionnement s'appuie sur :

- des commissions et groupes de travail thématiques animés par les chargés de mission de la Fédération, qui peuvent être créés et réunis, en tant que de besoin, à la demande de leur président respectif
- des réunions régulières de l'ensemble des directeurs des Parcs qui ont un rôle de proposition et éclairent les délibérations des instances de la Fédération

Pour mener à bien ses missions, la Fédération dispose ainsi d'une équipe pluridisciplinaire d'une vingtaine de personnes (chargés de mission et personnel administratif) dirigée par un directeur (Gérard Moulinas), composée d'adjoints de direction et de chargés de mission / études (dont mon directeur de stage, **Olaf HOLM, chargé de mission valorisation du patrimoine au pôle développement durable**) couvrant les principaux domaines d'intervention des Parcs (gestion de

l'espace, patrimoine naturel, développement économique, agriculture, énergie, tourisme, développement culturel, éducation à l'environnement, communication, relations internationales).

Les ressources de la Fédération proviennent essentiellement des cotisations de ses membres (PNR et organismes partenaires), de subventions (conventions pluriannuelles émanant de ministères : MEDD, Agriculture, Tourisme...), de partenariats avec des organismes publics (ADEME, Caisse des Dépôts et des Consignations...) ou privés, de la réponse à certains appels d'offres de programmes européens et de ressources propres (ventes de publications, prestations diverses...). Son budget de fonctionnement pour l'année 2005 s'élevait à 2,8 millions d'euros, répartis à 25 % pour ses membres, 48 % pour l'Etat, 6 % pour l'Union Européenne, 11 % pour les autres partenaires publics et privés, et 10 % de ressources propres.

II - DÉTAIL DES MISSIONS DE MON STAGE À LA FPNRF

L'essentiel de ma mission au sein de cette structure touchait ***l'identification des bonnes pratiques du tourisme durable et des thèmes fédérateurs pour favoriser la coopération entre les territoires.*** Ce travail de recherche s'inscrivait dans la droite ligne des actuelles préoccupations de la Fédération des Parcs Naturels Régionaux au sujet de l'outil de management touristique créé pour les espaces protégés, la **Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés**. Cependant, quelques précisions restent à apporter notamment par rapport au contexte même de cette mission.

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) a piloté la mise en place de la Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés. La méthodologie proposée par cette Charte permet d'appliquer le tourisme durable au sein des territoires signataires de cette Charte. Elle s'inscrit dans un contexte français et européen de favorisation des échanges de savoir-faire et d'expériences. Ce projet a été confié à la FPNRF par EUROPARC (Fédération des Parcs naturels et nationaux d'Europe). La Fédération des Parcs naturels régionaux de France en a assuré la maîtrise. Sa mise en forme a démarré en 1995 avec un comité de pilotage composé de 10 Parcs européens pilotes, de représentants d'opérateurs touristiques, d'organismes de protection de l'environnement au niveau international. Ce projet a été financé par la Commission européenne DGXI sur des crédits "Life". Sa mise en application effective dans les Parcs date de 2001.

Cinq ans après la mise en place de la Charte, un bilan des expériences menées s'avère être un objectif central pour la Fédération des Parcs naturels régionaux afin d'identifier et promouvoir les bonnes pratiques du tourisme durable

mises en œuvre dans les PNR (Parcs Naturels Régionaux) ainsi que dans les autres espaces protégés européens et de faire évoluer la Charte.

Cette analyse devrait permettre à terme d'identifier les thèmes de coopération entre les territoires pour renforcer l'échange et le travail en commun, s'inscrivant dans le projet LEADER+ Volet « tourisme » animé par la FPNRF.

Voici donc le détail de mes missions :

- Recueil et synthèse des bonnes pratiques du tourisme durable dans les PNR (en priorité dans les PNR signataires de la CETD) ; les résultats seront à valoriser à travers des projets de publications, rencontres, séminaires et groupes de travail ;
- Identifier les sujets et problématiques communs pour identifier les termes permettant la coopération entre territoires ;
- Rechercher des expériences intéressantes au sein d'autres zones protégées hors des PNR en Europe ;
- Conclusions des thèmes de coopération et d'identification de bonnes pratiques à mettre en valeur pour l'organisation de **La rencontre des territoires signataires de la Charte Européenne** en Alsace (Strasbourg, Parlement Européen et Conseil Régional les 22 et 23 juin 2006)

Les thèmes et les problématiques communes aux Parcs sur le tourisme et l'application de la CETD semblent essentielles pour mieux comprendre les initiatives prises dans les Parcs, leur exposé s'est donc avéré primordial. Voilà la raison pour laquelle ce rapport se trouve accompagné, en plus d'un menu des bonnes pratiques touristiques dans les Parcs signataires ou en démarche d'adhésion, d'une vue générale et d'un bilan de l'application de la CETD au sein de ces espaces ; cela permet ainsi de mieux estimer les effets de celle-ci sur les territoires et ainsi d'estimer la pertinence de son application. La méthodologie suivie est explicitée dans le chapitre suivant.

III - METHODOLOGIE

Afin de remplir mes missions d'identifications des bonnes pratiques du tourisme durable dans le cadre de la CETD, dans le but d'aider la coopération entre territoires,, et également de supporter l'organisation du colloque de Strasbourg (Rencontres entre les territoires signataires de la Charte afin de faire avancer le tourisme durable dans les espaces protégés), il a effectivement fallu procéder à une analyse de l'environnement global des espaces signataires de la Charte, et essentiellement de leur ressenti aux vues de l'application de celle-ci, dans le but évident de détecter les lacunes dans son application, son efficience, et de constater l'avancée des actions menées. Cette analyse a permis par la suite de contribuer pour les Rencontres à Strasbourg (22 et 23 juin 2006) à l'élaboration d'un programme qui soit constructif et fasse avancer, pour tous les participants de ces Rencontres, l'état de la question du tourisme durable dans leur territoire quelles que soient les problématiques rencontrées.

Car effectivement, cette analyse du micro et du macro environnement a également été un préalable à la co-organisation de ces Rencontres à Strasbourg (en partenariat avec la Région Alsace et de la Fédération des Parcs Naturels Régionaux). En effet, cette contribution à l'élaboration du programme découlait directement des résultats de l'analyse faite, qui permettait au final de découvrir en quoi la CETD servait le tourisme dans les territoires et surtout quelles étaient les difficultés de son application, les lacunes communes rencontrées le plus fréquemment, pour, par la suite, identifier les porteurs de bonnes pratiques afin de les diffuser lors de ce colloque. Les conclusions portées sur la CETD découlent toutes des avis reportés lors de ces différentes enquêtes (voir ces dernières en annexes).

Cette analyse a été effectuée par le biais d'inspections des parutions, éditions et rapports des différents PNR puis par le biais d'entretiens avec chacun des chargés de mission tourisme des PNR signataires de la Charte ou intéressés par la

signature de la Charte (intérêt pour l'attrait et le potentiel d'apport de la Charte vis-à-vis de ces Parcs). Ce sont essentiellement ces entretiens qui ont permis de dresser une analyse fine et claire de la situation de la CETD au sein des territoires signataires. Ceux-ci ont généralement tous suivi la même trame ; voici quelles étaient les questions posées (les questionnaires et rapports des entretiens se trouvent en annexe) :

Impact global de l'activité touristique :

- Quelle est la plus-value souhaitée / attendue par l'adhésion à la CETD pour un Parc qui s'occupe du développement touristique ?
- Quels impacts à la marque Parc ? Avis des prestataires
- Quelle est la stratégie de communication touristique du Parc ?

Points noirs généralement constatés :

- Quelles mesures ont été trouvées pour intégrer les clientèles à mobilité réduite / malvoyantes ?
- Y'a-t-il une gestion particulière faite vis-à-vis de l'évènementiel nature (sport de nature essentiellement) ? Comment ?
- Quelles solutions envisagées pour les questions de circulation « douce » au sein du Parc ?
- Pensez-vous avoir des manques / lacunes dans ces trois domaines ?

La Charte :

- Intérêt de la Charte pour les habitants des PNR ? A-t-elle un rôle à jouer quant à la sensibilisation et à l'appropriation du patrimoine par les habitants des PNR ?
- Y'a-t-il un exemple concret d'action qu'il a été uniquement possible d'entreprendre grâce à la Charte ?
- Quelles attentes face à l'adoption de la Charte ?
- Avis personnel / général sur la Charte ?

Territoire et tourisme :

- Que manque-t-il à votre territoire pour qu'il soit « durable » d'un point de vue touristique (l'activité touristique répond -t-elle aux trois fondements du développement durable) ?

Ces entretiens, mêlés à l'identification des bonnes pratiques au sein des Parcs naturels régionaux signataires, ont ainsi permis d'avoir une bonne vision globale de la mise en pratique de la Charte dans les territoires et surtout de faire le bilan de son application.

IV - LES PARCS ET LE TOURISME : ÉTAT DE LA QUESTION

A - L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE AUJOURD'HUI

1 - Le point sur le tourisme

Le tourisme connaît depuis une trentaine d'année une forte croissance et constitue aujourd'hui la première économie au monde. Le nombre de voyageurs est passé de 170 millions en 1970 à 698 millions en 2000, et devrait dépasser 1,6 milliard d'ici 2020. Les dépenses touristiques internationales représentaient 477 milliards de dollars en 2000 (6,5 % des exportations mondiales de biens et de services, contre 5 % en 1980)¹.

Or, selon la Décennie mondiale du développement culturel (1988-1997) initiée par l'UNESCO, « un développement fondé sur la seule croissance quantitative et matérielle peut générer des phénomènes menaçants pour le devenir de l'humanité : déséquilibres croissants entre pays industrialisés et pays en développement, nouveaux risques de destruction de l'homme et de son environnement, tensions interethniques, standardisation des modes de vie, destruction de cultures et d'identités culturelles... ». Il apparaît évident que le tourisme, comme toutes autres activités économiques, génère de fait des impacts négatifs sur les environnements immédiats, les sociétés et les cultures avec lesquels il entre en contact si celui-ci n'est pas pratiqué de manière réfléchie et cohérente. Et cela d'autant plus si les bénéfices dégagés ne profitent pas aux populations locales concernées.

2 - Les effets induits du tourisme

Bien souvent, le tourisme engendre une concentration de population sur des périodes courtes et sur des espaces restreints souvent caractérisés par un équilibre

¹ Chiffres de l'Organisation Mondiale du Tourisme

fragile (zones littorales ou montagneuses, centres urbains historiques, petites îles). L'activité touristique est par ailleurs « territorialisée » (sauf en ce qui concerne le tourisme « off-shore ») et de ce fait irrémédiablement au confluent de l'économique, du culturel et de l'environnemental des territoires d'accueil. En outre, son caractère de « contact » porte également en puissance des capacités à produire des changements sociaux, à déstructurer les sociétés locales et à homogénéiser les cultures et les modes de vie.

De plus, en y regardant de plus près, les activités associées au tourisme peuvent avoir un impact négatif sur l'environnement, à savoir :

- la pollution de l'air due aux transports : le trafic aérien est à lui seul responsable de 30% des émissions nocives dans l'atmosphère, avec une nette tendance à l'accroissements
- les dommages écologiques dus aux constructions de routes, aux infrastructures et autres aménagements touristiques
- la contamination de déchets solides et les eaux usées

La pression touristique sur les environnements locaux visités est donc indéniable ; mais la « toursitification » engendre d'autres côtés néfastes, notamment concernant les aspects socio-économiques. En effet, comme susmentionné, elle est en puissance un facteur d'acculturation et de déstructuration sociale par le décalage constaté entre touriste (à priori avantagé car disposant de temps libéré et librement choisi) et local (« visité » et astreint à sa tâche) où bien souvent les différences de moyens sont énormes et conduisent de la part des population locales au désintérêt des activités traditionnelles pour s'orienter vers ce qui semble une solution facile de développement..

Mais malgré ces constats, l'OMT semble convaincue que le tourisme peut être un puissant outil du développement durable, servant de levier à la viabilité économique des territoires, leur responsabilité sociale ainsi que leur « soutenabilité » environnementale. C'est en ce sens qu'a été esquissée la Charte du Tourisme Durable, élaborée lors de la Conférence mondiale du Tourisme à Lanzarote les 27 et 28 avril 1995. La Charte reprend les grands principes de l'Agenda 21 du sommet de

Rio : « Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales. Le développement durable est un processus encadré visant une gestion globale des ressources afin d'en assurer la durabilité, tout en permettant de préserver notre capital naturel et culturel, y compris les espaces protégés. Le tourisme étant un puissant instrument de développement, il peut et doit jouer un rôle dans la stratégie de développement durable. Une bonne gestion du tourisme doit donc garantir le caractère durable des ressources dont cette activité dépend (Article 1). »

3 - Le tourisme durable aujourd'hui

La recherche du juste compromis entre la rentabilité économique du tourisme et de ses investissements et son impact social et environnemental demeure donc la question centrale du tourisme durable ; on pourrait d'ailleurs clarifier ainsi les points fondamentaux de ce concept : à qui profite le tourisme et quel est le prix que l'on est prêt à consentir pour son développement pérenne ?

C'est pour le moment à cela que se résument la majorité des prises en comptes « durables » de l'activité touristique : des frais supplémentaires accordés à l'amélioration de l'image du prestataire.

Tourisme de masse et tourisme durable sont-ils compatibles ?

Selon Gilles Caire¹ et Monique Rouillet-Caire², c'est le plus grand défi du tourisme durable, car le plus souvent l'application des principes du tourisme durable conduit à une discrimination des clientèles.

Celle-ci s'effectue soit par les prix, qui rendent le tourisme durable et responsable assez coûteux et s'adresse donc uniquement à une clientèle aisée, soit par les quotas, impliquant que les premiers servis soient les seuls servis (limitation du nombre d'entrées mais pas seulement : certains résidents secondaires s'abritent derrière un alibi écologique pour refuser tout changement), soit par l'éducation, qui rendrait de fait l'écotourisme uniquement accessible à l'élite).

¹ Université de Poitiers, Faculté de droit et des sciences sociales.

² Ecomusée du Montmorillonnais

On remarque également que le tourisme durable reste souvent une terminologie employée afin de justifier (outre des subventions) une montée en gamme de produits de la part de prestataires recherchant le taux de profit optimum (ainsi qu'un argument de différenciation) en même temps qu'un désir pour certaines populations de se retrouver en « bonne compagnie »¹. Or, si le tourisme durable est une nécessité vers laquelle il est préférable de tendre, il reste néanmoins un autre impératif qui est celui du droit aux vacances pour tous ; le tourisme durable demeure donc toujours à concilier avec le tourisme social, et il serait souhaitable de le voir quitter son statut de niches de marché réservé à des clientèles privilégiées afin de réellement coller à son éthique.

Le tourisme comme facteur clef du développement durable

Les problématiques rencontrées à propos du développement touristique, son contenu, ses conséquences et ses objectifs, ne sont pas différentes de celles du développement en général, d'autant plus que le tourisme se caractérise comme étant uniquement une activité définissable par l'économie². C'est pourquoi les questions soulevées par le tourisme durable recourent pleinement celles du développement durable.

Le tourisme bénéficie d'abord à ceux qui le pratiquent et qui font usage des espaces et des équipements mis à leur disposition. Moins il est onéreux plus il profite aux couches sociales moyennes à modestes plus il est démocratisé³.

Lorsqu'il est rentable, il profite aussi aux collectivités qui offrent sur leur territoire des lieux attrayants soit par leur qualité environnementale naturelle, soit par la qualité des équipements réalisés pour favoriser des pratiques sportives ou de loisirs. Il présente aussi, bien entendu, un intérêt majeur et lucratif pour ses gestionnaires (opérateurs et exploitants, agence de tourisme et de location, commerçants, hébergeurs et restaurateurs...).

Il profite enfin aux habitants des communes environnant les sites touristiques qui peuvent, pendant la saison d'exploitation, trouver un emploi (saisonnier ou

¹ Gilles Claire et Monique Rouillet-Claire, *tourisme-durable.net*

² Hugues Beesau, MITRA

³ Jean François Cabloch, *Tourisme durable : la recherche du compromis*

complémentaire) pour rester « vivre et travailler au pays », et de ce fait, maintenir une dynamique de vie dans ces communes qui n'ont bien souvent pas d'autres ressources ni débouchés à proposer. D'où une vocation sociale inhérente et marquée du tourisme.

De plus, il peut également profiter aux collectivités nationale, régionale ou départementale par les ressources apportées en matière d'impôts et de taxes diverses (bien qu'il ne faille pas oublier par ailleurs que celles-ci sont largement mises à contribution pour le financement d'équipements ou de moyens de fonctionnement, d'exploitation et de maintenance)...

Son rôle central dans les dynamiques économiques et sociales a souvent fait occulter aux tenants de ces leviers les enjeux environnementaux dans la majorité de ses expressions. Il n'en reste pas moins que les préoccupations actuelles font de l'intégration du développement durable au sein de l'activité touristique une priorité essentielle. On pourrait dès lors s'interroger sur les outils dont disposent les acteurs du tourisme pour faire respecter des « bornes » au développement de l'activité touristique au détriment des espaces naturels ainsi que des garanties utilisables afin d'obtenir le respect absolu de ces « limites ».

Ces problématiques demeurent les mêmes au sein des espaces protégés, même si les enjeux en sont quelques peu changés.

En effet, les espaces protégés sont perçus aujourd'hui par les clientèles européennes autant que par leurs résidents comme des destinations touristiques de grande qualité environnementale, d'authenticité et de convivialité¹. Ils représentent un atout considérable pour les entreprises touristiques qui, en contrepartie, se doivent de participer à la préservation et à la valorisation du patrimoine culturel et naturel de ces territoires s'ils ne veulent pas détruire leurs avantages concurrentiels.

C'est en ce sens que Jean-Paul Fuchs, ancien Président de la Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France, entend le développement du tourisme durable dans les espaces protégés. Il exprime ainsi son point de vue dans la revue *Parc* de Février 2002 : « En affirmant, à bon droit, que les territoires que nous avons en charge sont exceptionnels et qu'à ce titre ils doivent être préservés, nous les mettons en

¹ Enquête nationale auprès des habitants des PNR, Institut Louis Harris, 2000

exergue, nous suscitons la curiosité du public, la fréquentation touristique tend alors à augmenter et met à nouveau ces espaces en danger. Ce paradoxe, relevé par Patrizia Rossi, présidente d'Europarc lors du lancement de la Charte, est d'autant plus accusé que l'augmentation de la fréquentation n'intervient pas à notre corps défendant ; nous la souhaitons, nous la voulons, à la fois parce qu'elle est un moyen de contribuer au développement économique de nos territoires et parce que nous considérons que ce patrimoine d'exception, dont nous sommes fiers, ne doit pas être réservé à une élite, qu'il est une sorte de bien commun. »

Cette notion de bien commun reflète bien la démarche spécifiquement et nécessairement « soutenable » du tourisme au sein des espaces protégés.

Le tourisme représente maintenant un réel soutien à la diversification des activités économiques traditionnelles et à l'amélioration de la qualité de vie, mais il doit permettre aussi de sensibiliser le grand public au respect de l'environnement. C'est ainsi par ce biais que l'on respecte et soutient les fondements du développement durable : répondre aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs. C'est en ce sens qu'a été adoptée la Charte du Tourisme Durable à Lanzarote en avril 1995, prenant compte ces aspects de durabilité économique, environnementale et intergénérationnelle. Les préceptes de cette Charte de 1995 exposent et cadrent effectivement toutes ces problématiques, c'est pourquoi l'efficacité de l'application de la Charte Européenne du Tourisme Durable sera évaluée en conclusion à l'aune de cette première Charte reprenant ces concepts.

Il reste à présent à savoir comment cela est-il réalisable au sein des espaces protégés en général mais surtout, en ce qui nous concerne, au sein des Parcs naturels régionaux, milieux aux problématiques et caractéristiques bien spécifiques.

B – PHOTOGRAPHIE DE LA SITUATION ET DU MILIEU ÉTUDIÉ : LES ESPACES PROTÉGÉS ET LE TOURISME

1 - La gestion des espaces naturels

En effet, depuis les années soixante, la « protection de la nature » a été marquée par l'urgence. Pendant vingt ans, une « politique de pompiers » a été menée, s'efforçant de mettre à l'abri aussi vite et efficacement que possible les espaces naturels et les espèces sauvages menacées par le développement économique général et la réalisation massive d'équipements nouveaux. C'est en tout cas le bilan que dresse Laurent Mermet du Centre d'Etude des Systèmes et des Technologies Avancées. À présent, la donne nous concernant relève beaucoup plus de la « gestion des milieux naturels » que de la simple « protection de la nature ».

Et effectivement, au-delà du simple renouvellement du vocabulaire, il y a là une profonde évolution de la part des gestionnaires sur les enjeux « nature ». Il s'agit toujours de conserver la richesse de la faune, de la flore, des paysages, des ressources renouvelables, mais les problèmes se posent différemment. Les rapports entre les acteurs de l'environnement et ceux du développement se modifient : les orientations prises démontrent de nouvelles manières de penser et de résoudre les problèmes des « milieux naturels ». Car si l'on parle de milieux naturels, ce n'est pas pour désigner des territoires vierges, mais des espaces où l'artificialisation limitée du milieu n'a pas abouti à une banalisation complète et laisse une large place aux espèces animales et végétales « spontanées » et à des fonctionnements écologiques relativement naturels. L'équilibre de ces milieux dépend étroitement des activités et des pratiques (agricoles, sylvicoles...) qui les ont façonnés. Abandonnés à eux-mêmes, ils ne reviennent généralement pas à leur état primitif, mais évoluent vers des formes dégradées (friches, boisements de faible valeur...) qui ne sont intéressants ni d'un point de vue « écologique », ni d'un point de vue « économique » (exploitation ou tourisme).

Il en ressort donc que pour conserver un milieu, il ne suffit pas de la protéger contre les agressions. Il faut également assurer son entretien. Sa préservation doit donc avoir cours grâce d'une part au **maintien des activités traditionnelles pratiquées sur place** et d'autre part en **gérant convenablement la donnée tourisme qui contribuerait indirectement au maintien de ces activités**. De nombreux espaces qui ont acquis un statut de protection au cours des années 1960-1970 posent aujourd'hui des problèmes de gestion à ceux que nous appelons ici les acteurs de l'environnement, c'est-à-dire en ce qui nous concerne les équipes gestionnaires de Parc.

2 - La double problématique des Parcs Naturels Régionaux

Les soucis de conservation environnementale font donc bien souvent l'objet de nombreux programmes d'actions de sauvegarde dans ces milieux protégés. Or, bien souvent, ceux-ci se font sans considérer ces espaces comme des espaces ruraux exploités par un tissu social cohérent et menant une activité économique traditionnelle (issue de l'exploitation de ce même milieu), bien souvent lésée par les programmes de préservation écologiques. La mise au tourisme de ces espaces provoque généralement deux effets principaux et antagonistes, versant soit dans l'exploitation outrancière de la manne touristique, soit dans la mise sous cloche écologique, ignorant dans les deux cas ce tissu socio-économique préexistant et laissant ainsi dépérir une société dès lors sans ressources.

Dans le cas particulier des Parcs naturels, et plus particulièrement, cette problématique se trouve exacerbée : en effet, les Parcs jouissent d'une image très forte¹. Par exemple, près des trois quarts des personnes attirées par la montagne considère comme important d'être situé à côté d'un Parc. Mais l'image des Parcs dépasse assez largement leur notoriété : 45 % des personnes qui n'en connaissent aucun considèrent qu'il est important d'en avoir un à proximité de leur lieu de villégiature. Le Parc est d'abord un repère, une garantie de qualité pour le site à proximité, un point polarisant les séjours autour duquel celui-ci va se trouver organisé. Cette proximité entraîne donc de fait une pression qui tend à s'accroître avec le succès grandissant des sports de nature sur cette destination.

3 - Les Parcs et le tourisme

Par rapport à ce constat, il est nécessaire de voir quelle est l'implication des Parcs dans cette activité. Le rôle et les actions des Parcs sur le tourisme restent des préoccupations plutôt récentes (en tant que prise en compte globale de l'activité),

¹ Lettre des Parcs Nationaux, édition spéciale étude de fréquentation, 1996

c'est pourquoi tous ne sont pas au même niveau concernant cette activité, et qu'ainsi les bonnes pratiques ne sont pas communes à l'ensemble des Parcs.

Les principales missions des Parcs naturels sont les suivantes :

- Protection et gestion du patrimoine naturel, culturel et paysager (maintenir la diversité biologique de ses milieux, préserver et valoriser ses ressources naturelles, ses sites remarquables et fragiles...)
- Aménagement du territoire (définir et orienter les projets d'aménagements menés sur le territoire dans le respect de l'environnement)
- Développement économique et social (animer et coordonner les actions économiques et sociales dans le sens du respect de l'environnement ; c'est dans le cadre de cette mission qu'intervient la préoccupation de la gestion touristique)
- Accueil, éducation et information (favoriser le contact à la nature et la conscientisation du territoire pour les visiteurs et les habitants)
- Expérimentation (contribution aux programmes de recherche, initiation de nouvelles procédures et méthodes d'actions transférables à d'autres territoires).

Les Parcs naturels, de par ces missions communes, peuvent de fait être habilités à gérer une activité touristique sur un territoire. Leur savoir-faire réside dans la capacité à stimuler et mettre en relation des partenaires pour porter des projets de **protection** et de **développement durable**¹ sur un territoire et rechercher / animer des solutions au bénéfice de l'environnement. Malgré cette forte propension à la protection environnementale, ces territoires protégés ne demeurent pas « figés », et l'évolution des actions en faveur du développement économique et social peut amener à défendre une action en faveur du tourisme, gérer en respect des impératifs environnementaux afin de promouvoir cette activité dans son axe « soutenable ».

C'est pourquoi, sur ces espaces plus qu'ailleurs, le développement du tourisme doit se faire dans le respect de la nature et des populations résidentes. Car, depuis quelques années, il devient évident qu'un changement de comportement de la clientèle touristique s'est effectué. Celle-ci souhaite à présent en priorité

¹ Le développement durable est un « *développement qui répond aux besoins du présent, sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs* » - définition du rapport de la Commission mondiale sur l'Environnement et le Développement – Commission G.H. Brundtland – « Notre avenir à tous » - 1987
« *Pour parvenir à un développement durable, la protection de l'environnement doit constituer une partie intégrante du processus de développement et ne peut être considéré isolément* » - Principe 4 de la Déclaration de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement – Rio de Janeiro – 1992.

retrouver un environnement de qualité, préservé et authentique. C'est pourquoi les Parcs (et les espaces protégés en général), nous l'avons constaté précédemment, deviennent des destinations de plus en plus prisées. On en arrive même en fait à la conclusion suivante : plus l'on protège un territoire, plus le grand public souhaite le découvrir et plus on augmente la pression sur ces espaces...

4 - La Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés

C'est à partir de ces constats qu'a été élaborée à partir de 1995 par la Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France, à la demande d'Europarc, la « **Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés** » (CETD). En effet, aux vues des besoins communs des espaces protégés face au tourisme tant au niveau de la conservation / protection de ces territoires qu'à celui du maintien de l'activité économique et donc du tissu social, l'élaboration de cet outil semblait de première nécessité. La « Charte Européenne du Tourisme Durable » (CETD) est un outil et une méthode pour appliquer en pratique le concept du tourisme durable dans les espaces protégés. Celle-ci est directement inspirée de la Charte du Tourisme Durable signée à Lanzarote en 1995, puisant elle même ses fondements à partir des besoins propres au développement durable exposés plus haut..

En adoptant la CETD, chaque signataire s'engage de manière volontaire à définir et animer une stratégie de développement touristique durable. Cette stratégie se traduit dans un programme d'action sur 5 ans. En associant les différents acteurs du territoire - habitants, élus, associations, professionnels - la Charte permet la co-construction d'un projet de territoire pour mettre en place un tourisme de qualité répondant aux besoins du territoire et aux attentes des visiteurs. Pour mettre en place la stratégie territoriale, le travail avec les entreprises et les voyageurs, la Charte est organisée en 12 principes à respecter. Voici brièvement quelle en est la teneur :

a - Principes de la Charte

La charte a été rédigée en s'appuyant sur l'expérimentation menée par 10 Parcs pilotes en Europe. Elle respecte les principes suivants :

- être adoptée au niveau européen, au niveau national, par les fédérations et associations représentatives du secteur du tourisme, des transports et de la communication, et individuellement par les professionnels du tourisme et les gestionnaires des espaces protégés.

- définir des objectifs clairs du tourisme durable dans les espaces protégés

- encourager des relations plus étroites entre les professionnels du tourisme et les gestionnaires des espaces protégés

- sensibiliser le grand public au tourisme durable.

Elle obéit, lors de son application, aux principes suivants :

- Reconnaître un espace protégé en tant que partie fondamentale de notre patrimoine
- Développer et gérer le tourisme dans les espaces protégés de manière durable
- Impliquer tous ceux qui participent directement au développement et à la gestion du tourisme dans l'espace protégé et au-delà.
- Préparer et mettre en œuvre une stratégie touristique pour le territoire.
- Proposer à tous les visiteurs une offre touristique de grande qualité.
- Mettre en place des produits touristiques spécifiques qui offrent la découverte et une bonne compréhension du paysage.
- Communiquer de manière effective auprès des visiteurs au sujet des qualités spécifiques du territoire.
- Formation des acteurs.
- S'assurer que le tourisme soutient et ne réduit pas la qualité de vie des habitants.

- Protéger et mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel de l'espace protégé, par et pour le tourisme.
- Accroître les bénéfices de l'économie locale dus au tourisme.
- Maîtriser la fréquentation afin de réduire les impacts négatifs.

b - Les partenaires concernés par la Charte

La charte concerne l'ensemble des activités touristiques à l'intérieur des espaces protégés, elle se compose des principes du tourisme durable dans les espaces protégés et de 3 Volets

- Volet 1. La charte appliquée aux espaces protégés,
- Volet 2. La charte appliquée aux prestataires touristiques des espaces protégés,
- Volet 3. La charte appliquée aux tours-opérateurs et prestataires touristiques,

Chaque Volet énumère les thèmes à traiter dans le cadre du développement durable et s'accompagne d'une liste d'actions recommandées

c - Le mode de fonctionnement de la charte

La charte énonce les principes et les objectifs du tourisme durable et énumère les actions recommandées. Elle s'accompagne d'une grille de lecture de projet pour le territoire ou l'entreprise touristique : chaque signataire y précise la situation de départ, les objectifs à atteindre, les critères et outils d'évaluation.

La qualité du projet (ses objectifs, méthodes et critères d'évaluation, etc.) fera l'objet d'une évaluation par un comité technique.

Quel engagement pour chaque signataire de la charte ?

En accord avec les principes du développement touristique durable dans les espaces protégés. :

- L'espace protégé s'engage à définir la stratégie de développement touristique durable du territoire et le programme d'action *en partenariat* avec les représentants du secteur du tourisme et les autres acteurs de son territoire.

- Le prestataire touristique sur le territoire du Parc s'engage, pour sa part, à définir son programme d'action, en cohérence avec la stratégie de développement touristique durable du territoire.

- Les tours-opérateurs, compagnies de transport et de communication adhèrent aux principes du tourisme durable. Ils peuvent s'engager avec plusieurs espaces protégés.

d - Des outils à développer

Pour accompagner les signataires de la Charte dans leur mission, différents outils et services ont été créés. Un vade-mecum pour les espaces protégés expliquant le concept de développement touristique durable à partir d'exemples d'actions concrètes menées par des Parcs ou des professionnels du tourisme. Un guide méthodologique de mise en application de la charte a été élaboré. Il présente la liste exhaustive des critères devant être pris en considération par le territoire.

Au terme d'un délai de cinq ans, les résultats des actions des signataires feront l'objet d'une évaluation qui déterminera le renouvellement du classement. L'évaluation sera réalisée à partir des objectifs et critères définis dans le programme d'action.

Encourager l'industrie touristique à favoriser une approche durable

Pour les professionnels du tourisme, un système de contrôle de la qualité écologique des sites signataires sera mis en place. De cette façon, il sera possible de mesurer la conversion de l'activité touristique dans les espaces protégés vers un développement durable, de connaître les régions où cette conversion est réussie et celles pour lesquelles il y a plus de résistance. Ceci permettra de réajuster les actions à mener en fonction des résultats obtenus. Le contrôle devra également prévoir la possibilité de mesurer les retombées économiques induites par les actions de développement touristique durable et la valeur de l'environnement dans le produit touristique.

Ces constats permettront d'obtenir davantage d'arguments économiques en faveur de la préservation de l'environnement, ce qui générera en retour une publicité favorable au concept de durabilité.

e - Les parcs adhérents à la Charte Européenne en 2006

Parcs signataires en 2001

- Parc naturel régional du Luberon (F)
- Parc naturel régional du Vexin Français (F)
- Naturpark Steinhuder Meer (D)
- Naturpark Frankenwald (D)
- Parc naturel de la Zona Volcanica de la Garrotxa (E)
- Parco Naturale Alpi Marittime (I)
- Nationalpark Hohe Tauern (Salzburg/Kärnten/Tirol) (A)

Parcs signataires en 2002

- Parque Nacional da Peneda-Gerês (P)
- Parque Natural da Serra de S. Mamede (P)
- Naturpark Insel Usedom (D)
- Parc naturel régional des Marais du Cotentin et du Bessin (F)
- Parc national et Réserve de biosphère des Cévennes (F)
- Parco Nazionale dei Monti Sibillini (I)

Parcs signataires en 2003

- Parc naturel régional du Vercors (F)
- Parc naturel régional du Pilat (F)
- Parc naturel régional Scarpe-Escaut (F)
- Mourne Area of Outstanding Natural Beauty, Northern Ireland

(UK)

Parcs signataires en 2004

- Syöte National Park (FIN)
- Sierras de Cazorla, Segura y las Villas Nature Park (E)
- Alcornocales Nature Park (E)
- Sierra de Grazalema Nature Park (E)

- Sierra de Aracena and Picos de Aroche Nature Park (E)
- Sierra Nevada National and Nature Parks (E)

Parcs signataires en 2005

- Forest of Bowland AONB (UK)
- Cairngorms National Park (UK)
- Naturpark Pfälzerwald (D)
- Harz National Park (D)
- Parc naturel régional des Boucles de la Seine Normande (F)
- Parc naturel régional Livradois-Forez (F)
- Région Alsace (réserves naturelles de la bande rhénane)

Parcs en cours de procédure, adhésion courant 2006

- Parc national du Mercantour (F)
- Parco naturale Adamello Brenta (I)
- Broads Authority (UK)
- Parc naturel régional de l'Avesnois (F)
- Doñana National and Nature Parks (E)

Parcs en cours de procédure, adhésion courant 2007

- Brecon Beacons National Park (UK)
- Koli National Park (FIN)
- Loch Lomond & the Trossachs National Park (UK)
- Parco Regionale delle Madonie (I)
- Guadeloupe National Park (F)
- Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale (F)

Parcs en cours de procédure, adhésion courant 2008

- Riserva Naturale Monte Rufeno (I)
- Parc naturel régional du Morvan (F)

V - L'EFFICIENCE DU TOURISME DURABLE PAR LA CHARTE AU SEIN DES PARCS

A – LES DIFFÉRENTES CONTRAINTES TOURISTIQUES DES PARCS OU LA DIVERSITÉ DES ESPACES TOURISTIQUES PROTÉGÉS

Les besoins des Parcs étant (nous le constaterons clairement aux vues de leurs attentes vis-à-vis de la Charte Européenne) tous différents, les situations touristiques selon les territoires se révèlent ainsi de toute évidence très contrastées. En effet, à des besoins différents correspondent des contextes spécifiques. En dressant une liste des spécificités propres à chaque Parc, on en arrive à établir un classement identifiant certains groupes de Parc assimilés par des problématiques communes car assujettis aux mêmes besoins ainsi qu'au même contexte touristique... Ce classement est établi à partir des documents de stratégie touristique propre des Parcs signataires de la CETD, dégagant chacune des problématiques communes suivant leur situation touristique, et les gérant selon des axes précis correspondant à leurs besoins spécifiques.

Les similitudes ne sont évidemment pas absolues et les thématiques à traiter ne sont pas clairement et intégralement calquées d'un Parc à l'autre étant donné également les contextes politiques et sociaux locaux ; cette typologie s'affiche plus comme un regroupement par enjeux touristiques que comme un étalonnage précis de chacun des besoins communs des Parcs (typologie ne concernant que les Parcs signataires de la Charte). En effet, celle-ci ne se veut en aucun cas un exercice aux détails extrêmement poussés étudiant chacun des critères susceptibles de se rapporter au tourisme, mais un classement permettant plutôt de trier certaines priorités par Parc, donnant ainsi un confort de compréhension quant aux différents enjeux de ces espaces.

Ainsi, on remarque qu'il se distingue, assez clairement selon les caractéristiques touristiques, trois catégories de Parcs :

- Les Parcs très touristiques, étant donné la reconnaissance du territoire comme destination touristique à part entière et les qualités paysagères reconnues (Vercors, Luberon) ;
- Les Parcs à faible développement touristique, par manque d'avantage concurrentiel ou d'identification clientèle (Marais du Cotentin ou du Bessin, Livradois-Forez, Boucles de la Seine Normande) ;
- Et enfin les Parcs périurbains, marqués par d'importants foyers de population (et donc d'excursionnistes potentiels à forte demande de loisirs) à proximité du territoire (les Parcs du Nord de la France : Caps et Marais d'Opale, Scarpe-Escaut, Avesnois ; le Vexin, à l'Ouest du bassin parisien, et enfin le Pilat, entouré par les villes de Lyon et Saint-Étienne).

Ces différentes catégories se distinguent donc par des sujets de réflexion communs à chaque ensemble : les Parcs très touristiques s'orienteront donc naturellement vers la maîtrise de la fréquentation, la gestion des flux et la qualification de l'offre existante là où les Parcs périurbains travailleront plus sur l'équipement destiné à accueillir la population citadine avoisinante, alors que les Parcs peu touristiques se dirigeront de préférence vers une stratégie de communication attrayante afin de séduire un public encore peu sensible au territoire.

Nous examinerons donc dans l'ordre les Parcs très touristiques, ceux à faible développement touristique et enfin les Parcs périurbains.

1 - Les Parcs touristiques :

Avantagés par le tourisme tant par leurs qualités paysagères et climatiques que par les avantages d'identification pour le public (les deux Parcs existant comme régions touristiques à part entière ainsi que comme entités annexes reconnues : région provençale à part entière pour le Luberon et Massif montagneux pour le Vercors)., facteur de reconnaissance indéniable, ils sont fortement marqués par la

présence de nombreuses résidences secondaires et par un tourisme de fin de semaine en provenance de Grenoble et Lyon pour le Vercors et des aires métropolitaines d'Avignon et d'Aix-Marseille en ce qui concerne le Luberon. La fréquentation touristique y induit d'avril à septembre une activité économique forte et indispensable, notamment dans l'économie du commerce et de l'agriculture.

Cette activité touristique marquée sur le territoire ne peut se faire qu'avec une extrême prudence ; en effet, ces territoires étant dans le Sud de la France et de l'Europe, les fortes pressions obligent à pratiquer et cadrer l'activité par une réflexion permanente pour rechercher le point d'équilibre entre protection et valorisation touristique d'un patrimoine et d'un cadre de vie afin que le touriste évite de détruire ce qu'il va chercher en y allant.

Ainsi, les priorités de ces Parcs sont avant tout de conserver l'activité comme durable à long terme sur le plan écologique... voulue et maîtrisée localement comme un tourisme de rencontre et de partage aux retombées économiques directes dans les communes et valorisant le patrimoine naturel et culturel. La contribution de l'économie touristique à la protection de l'environnement et au cadre de vie des habitants est alors considérée comme une plus-value essentielle et fondamentale. Dans ce cadre-là, la maîtrise des flux s'avère une priorité essentielle, de même que la sensibilisation du public aux contraintes écologiques et environnementales spécifiques. Enfin, comme dernière caractéristique commune, ces Parcs partagent une vision similaire de l'amélioration de l'offre globale par l'accueil du public handicapé.

La maîtrise de la fréquentation touristique est donc une priorité forte sur ces territoires. Celle-ci est basée sur la connaissance des flux et leur canalisation : la surfréquentation de certains sites menace leur intégrité et peut déséquilibrer fortement la vie économique et sociale des communes. Par ailleurs, des infrastructures disproportionnées car adaptés au tourisme de masse (complexe d'hébergement hôtelier et de loisir) serait non seulement préjudiciable au fonctionnement des petites unités d'accueil existantes et reviendrait également à écarter ces territoires des visées de pratique touristiques qu'ils entendent développer

(tourisme diffus, petits groupes, découverte au jour le jour...), malgré la présence de certains équipements de ce type préexistants.

Dans cette optique, **le respect des capacités d'accueil** est une constante : les capacités d'accueil doivent être suivies et fonctions des changements de l'environnement naturel, culturel et social du territoire. Certains espaces sont alors de fait plus souvent fermés au public. La contribution du tourisme, dans un tel contexte, à l'entretien et la réservation du patrimoine, s'avère dès lors beaucoup plus efficace. Le flux financier ainsi généré participe à la conservation et la mise en valeur du patrimoine afin de limiter le nombre d'accès payants sur les sites naturels.

De plus, la maîtrise des transports et du stationnement revêt une place particulière ; on cherchera alors à privilégier le vélo (et son accès aux espaces naturels par train ou cars) ou la marche pour l'activité touristique, de même que les transports en commun plus que la motorisation individuelle.

La sensibilisation du public recoupe également quelque peu cette préoccupation de gestion du public ; en effet, un public averti et informé sera beaucoup plus enclin à respecter son environnement et à adopter un comportement responsable. Ainsi, la pratique d'une promotion responsable est également une pratique partagée ; l'image véhiculée de ces Parcs s'articule autour d'actions en faveur d'un environnement et d'un cadre de vie de qualité et d'un tourisme diffus organisé autour de petites unités intégrées à la vie et l'économie locales. Les territoires sont alors présentés dans leur ensemble et la promotion insiste sur la diversité, la richesse et la fragilité des patrimoines et du cadre de vie.

Sur place, les Parcs proposent également une information de qualité sur la sensibilité des milieux naturels (cela reste malgré tout une caractéristique commune à tous les Parcs).

L'amélioration de la qualité de l'offre par la qualification du **tourisme adapté** constitue également un autre facteur de développement commun aux Parcs touristiques ; les offres prenant en compte les difficultés dues au handicap physique, mental mais aussi financer des touristes potentiels seront privilégiés par ces Parcs. Dans ce cadre, la promotion d'opérateurs soucieux de la préservation de l'environnement (faible consommation d'énergie, traitement des déchets,

matériaux écologiques...) représente également une certaine volonté commune mais est évidemment répandue dans l'ensemble des Parcs.

Pour promouvoir le tourisme adapté, les efforts sont entrepris dans le sens de la sensibilisation des professionnels, le soutien technique pour améliorer l'accessibilité dans les hébergements, les sites culturels mais aussi dans les pratiques de loisirs de nature. Les ambitions partagées sont d'obtenir sur une large partie de ces territoires des possibilités de séjour « accessibles » en équivalence avec d'autres produits touristiques.

Ces axes privilégiés permettent alors de regrouper les territoires aux enjeux touristiques marqués ; leurs besoins permettent ainsi d'identifier leurs problématiques communes face à l'équilibre à trouver entre préservation de l'environnement et développement touristique. Celles des Parcs peu touristiques s'avèrent ainsi complètement différentes.

2 - Les Parcs à faible développement touristique:

A l'opposé de ces exigences et de ces nécessités quant à la politique touristique à mener, les Parcs peu touristiques connaissent des contraintes de développement tout autres. Alors que les principales préoccupations des Parcs touristiques s'ordonnent autour de la gestion de la (sur)fréquentation, de la hausse globale du niveau de la qualité de l'offre et de l'accueil de publics spécifiques, cette catégorie est beaucoup plus portée par la nécessité de séduire une clientèle pour le moment assez discrète.

En effet, le profil de fréquentation généralement observé dans ces Parcs se compose ainsi : une clientèle de proximité assez peu nombreuse, une clientèle étrangère l'étant encore moins (exception faite pour les deux Parcs de Normandie attirant la clientèle Anglo-saxonne pour des raisons historiques et de proximité géographique), un tourisme de très court séjour, une insuffisance de la culture touristique de la part du milieu local (malgré des ressources patrimoniales à exploiter) mêlé à un dépeuplement / vieillissement de la population et enfin des très petites structures , ayant du mal à s'intégrer, souvent créées par des néo-ruraux.

Ainsi, la priorité dans le domaine touristique pour ces Parcs sera avant tout de se faire connaître et donc de diffuser une image attractive du territoire (et pas forcément « durable » comme pour les Parcs touristiques, qui eux se servent de la communication pour sensibiliser leur clientèle). Ils se doivent ainsi de **développer leur notoriété**, car le sentiment qui prévaut face à ces territoires, c'est qu'ils sont trop méconnus ou même dévalorisés. La stratégie de communication dans ces cas-là se doit d'être plus offensive et s'appuie sur une image à valoriser : le label « Parc Naturel » ainsi qu'une spécificité propre à l'espace concerné.

De plus, afin de développer et d'assouplir les mentalités à la culture touristique, les efforts sont également portés sur **le soutien des actions de regroupement des acteurs**. Les Parcs réfléchissent à et mènent des actions pour aider les prestataires touristiques à mieux s'organiser afin d'établir une stratégie commune. En effet, outre l'intérêt économique, les regroupements professionnels permettent de favoriser le lien social, la mutualisation des moyens et ainsi à terme aboutir à une conception partagée du tourisme. L'accompagnement permanent permet ainsi aux Parcs de guider les prestataires dans des démarches collectives incitant les regroupements, ce qui permettrait à terme de favoriser une meilleure synergie et d'augmenter les retombées économiques. Il est également nécessaire pour ces territoires de faire de leurs habitants des ambassadeurs du « parc naturel » afin que chacun puisse être fier de son territoire pour ensuite le faire connaître et apprécier. Ce faisant, la culture touristique s'y imprégnera d'autant plus facilement.

Enfin, afin de franchir un certain palier touristique ou de développer durablement la fréquentation de ces milieux, ces Parcs doivent également **développer un produit phare** à partir duquel s'articule le reste de l'offre touristique sur l'ensemble du territoire. En effet, la création d'un produit touristique structurant est nécessaire pour augmenter l'attractivité de l'endroit et engendrer des retombées économiques intéressantes. Cette création donne ainsi une vitrine, une « porte d'entrée touristique » pour rayonner ensuite sur les sites de proximité.

A partir de là peut ainsi se diffuser l'attractivité pour qu'il profite à l'ensemble des opérateurs en trouvant des complémentarités entre des sites à fortes fréquentations (intérieurs ou extérieurs au Parc) et les espaces ruraux plus isolés.

Il leur est donc nécessaire de trouver et de **stimuler des porteurs de projet** afin de dynamiser le secteur, dynamique venant souvent de l'extérieur et permettant l'élaboration de nouvelles prestations ainsi que la création de nouvelles entreprises. Ces Parcs deviennent donc des territoires d'accueil encouragés pour les porteurs de projet afin d'accroître les potentialités d'offre.

Là encore, ce sont des préoccupations bien spécifiques à ce type de Parcs puisque les Parcs situés en zone périurbaine connaissent d'autres affections quant à la gestion de l'activité.

3 - Les Parcs périurbains :

En effet, ces derniers diffèrent des deux précédents en cela qu'ils sont très liés et donc relativement dépendants des métropoles avoisinantes. Leur situation de « ceinture verte » à proximité de villes d'importance (Paris pour le Vexin, Saint Etienne et Lyon pour le Pilat et le dense tissu urbain du Nord - Pas de Calais et la proximité du Benelux en ce qui concerne les Parcs du Nord du territoire) confère ainsi à ces espaces un important rôle de ressourcement de proximité pour tous les citoyens riverains. La clientèle est donc essentiellement excursionniste, régionale et potentiellement nombreuse, ce qui oriente de fait les impératifs du Parc vers la qualité de l'accueil de la population locale. Ces territoires sont marqués par la présence de résidences secondaires (étant donné la proximité des bassins d'emploi des métropoles), ce qui contrarie grandement l'activité économique des hébergements marchands.

La dimension sociale et démocratique est souvent dominante dans cette catégorie. La dimension populaire du tourisme dans ces espaces est donc très marquée, c'est pourquoi il doit s'exprimer de façon à satisfaire les attentes des visiteurs mais aussi et surtout des habitants : une meilleure lisibilité ainsi qu'une meilleure organisation du tourisme local est indispensable pour un développement efficace et concerté de l'activité.

L'entretien de la motivation de la clientèle régionale et de proximité est donc une constante pour ces espaces, avec pour objectifs complémentaires

l'augmentation des dépenses et de la durée moyenne des séjours. Cette clientèle excursionniste et consommatrice de courts séjours est ainsi courtisée par différents moyens : facilités d'accès, communication sur les « valeurs affectives » dégagées par le Parc vers les clientèles des villes (« si proche, si loin... ») et les possibilités offertes pour l'étalement des activités touristiques à l'année.

Les cibles visées s'orientent à présent communément pour cette catégorie vers des nouveaux segments de clientèles : jeunes sportifs, familles...

Les résidents secondaires sont également visés car ils constituent également des portes d'entrée au territoire pour d'autres personnes (famille, amis...) par l'information et la promotion du territoire, de même que les clientèles frontalières lorsque le cas se présente (Benelux pour les Parcs du Nord du pays).

De même, l'orientation de l'offre vers **le tourisme de découverte et la participation de la population locale** demeure commune à tous ces Parcs. L'interprétation du patrimoine pour développer et sensibiliser aux pratiques « écotouristiques » est donc très utilisé et facilite l'appropriation et la compréhension des patrimoines par tous les publics, notamment les habitants mais aussi les visiteurs. Les efforts portent donc généralement sur :

- La promotion des activités de pleine nature, qui connaît une forte croissance au sein du public citadin et néorural,
- Le tourisme vert et de nature lié à l'harmonie des activités humaines et de la nature environnante,
- La découverte du patrimoine architectural et des savoir-faire artisanaux,
- La gastronomie et les produits du terroir (ventes directes de produits fermiers...),
- Et enfin les fêtes de terroir et les événements culturels

Tous ont pour vocation de motiver la clientèle de proximité et de lier ses habitants à leur territoire. La recherche de la plus grande accessibilité est également vraie pour tous, mais avec plus de nuances concernant le Parc Naturel du Vexin, plus enclin à favoriser la clientèle parisienne à pouvoir d'achat élevé.

L'accessibilité au tourisme pour tous constitue en effet une priorité –exception faite pour le PNR Vexin - (habitants, publics défavorisés, familles, handicapés...), généralement entreprise en facilitant l'accès aux loisirs et à la culture pour les habitants, en développant des formules tarifaires adaptées pour les accès ou les transports au bénéfice de chaque typologie de clientèle (en développant également un meilleur réseau d'accès au territoire depuis les métropoles environnantes : nouvelles dessertes en train, bus, affrètements spéciaux pour les périodes de fêtes...). Cet axe de développement concernera les clientèles en difficulté sociale, les personnes présentant un handicap physique, moteur ou mental ... Les actions portent généralement sur la conception de produits adaptés, l'aménagement responsable des lieux d'accueil du public et la qualification de sentiers.

4 - Conclusions

Cette classification permet en outre de mieux comprendre les choix de tels types de Parcs vis-à-vis de son contexte ; il reste bien évident malgré tout que tous ne réagissent pas de manière stéréotypée selon les situations et que l'environnement local n'est pas aussi identique et calqué selon les catégories (exemple des Marais du Cotentin où le secteur d'Omaha Beach constitue un îlot très touristique sur un territoire qui l'est beaucoup moins). Il n'en reste pas moins que grâce à cette typologie, il est désormais possible de mieux appréhender les raisons et les choix d'orientations des Parcs aux vues des axes stratégiques choisis de la CETD. La classification des bonnes pratiques selon ces différents axes stratégiques relève en fait de l'orientation de chacun de ces trois types de Parcs à verser plutôt dans certains axes que dans d'autres étant donné les caractéristiques touristiques propres à son territoire.

Ainsi, les bonnes pratiques concernant **la gestion des flux et des différents publics** se retrouvent bien plus au sein des Parcs « touristiques » pour la qualification de leur offre et la prévention des conflits (lorsque l'affluence est trop forte), alors que celles concernant plus particulièrement **le développement d'offres spécifiques** se

retrouvera bien plus au sein des Parcs peu touristiques (exception faite des Parcs très fréquentés utilisant cette méthode à des fins de canalisation des flux). Pour ce qui est **de la circulation douce**, tous les Parcs y voient un intérêt : les Parcs périurbains peuvent ainsi attirer la clientèle locale, les Parcs peu touristiques ont de grands espaces où les aménagements peuvent être facilement envisagés et les Parcs très touristiques y voient l'opportunité d'étouffer la prédominance de la motorisation individuelle dans des espaces très fréquentés.

L'amélioration de la qualité de vie et l'appropriation territoriale par la population qui y est liée concerne elle tous les Parcs, mais celle-ci revêt une importance particulière dans le cadre de la Charte étant donné la notion de tourisme « souhaité et accepté par la population ». Les Parcs périurbains et touristiques sont malgré tout plus à même de se préoccuper de cet axe étant donné l'importance de l'affluence sur leur espace, alors que les Parcs peu touristiques s'en servent plus pour motiver et fédérer autour d'une dynamique commune les acteurs du territoire.

Quant à **l'augmentation de la qualité de l'offre**, elle touche l'ensemble du réseau des signataires bien que ce soit évidemment les plus fréquentés les plus actifs dans ce domaine ; qualifier une offre pour orienter les prestataires vers une démarche durable s'avère également nécessaire pour la faire émerger du lot des « gammes de masse ». Le territoire devient ainsi plus proche de son éthique durable, attirant les clientèles avisées, et permet de même l'amélioration globale de la qualité touristique du territoire ; c'est pourquoi ces axes sont entrepris par tous et auront par la mise en place du prochain Volet 2 (pour le moment encore à l'étude au niveau d'Europarc mais déjà opérationnel dans certains territoires, notamment ceux intégrés à la démarche IPAMAC exposée plus loin) une base commune permettant un agrément d'ensemble reconnaissable et transposable sur l'ensemble du réseau.

Ces éléments de distinction en mémoire, voyons maintenant quelles peuvent être les motivations et les attentes des Parcs face à l'adhésion à la CETD. Ces dernières ont toutes été relevées lors des enquêtes faites auprès des chargés de mission tourisme des Parcs concernés, comme mentionné dans la méthodologie.

B - LES ATTENTES DES PARCS FACE À L'ADHÉSION A LA CHARTE

Les attentes des Parcs signataires de la Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés sont multiples et souvent de natures très diverses, mais généralement identiques dans les Parcs aux problématiques touristiques communes.

Tous les Parcs interrogés voient en l'outil un excellent moyen de faire un point plus global sur l'activité touristique et une occasion de prendre un certain recul sur les activités entreprises en la matière. Il correspondrait avant tout à une opportunité pour les Parcs d'assimiler l'ensemble de leurs actions passées sur le tourisme afin de redéfinir le projet du territoire et de planifier les actions à terme, de tracer les orientations fortes afin d'élaborer une stratégie dans l'optique d'un plan d'actions. C'est en quelques sortes d'abord une aide à la qualification d'un programme issu des actions antérieures afin de permettre une meilleure association des partenaires et des habitants aux actions menées (Livradois-Forez).

Les Parcs espèrent également pouvoir obtenir de la Charte une définition claire de ce qu'est le tourisme dans un Parc, voir quel pourrait être par son biais la forme d'un tourisme respectueux de l'environnement ayant de l'intérêt pour les habitants du territoire. C'est également souvent une occasion de profiter du tourisme naissant pour diffuser le plus tôt possible des démarches qualifiées pour les acteurs et pour les visiteurs (éducation à l'environnement) dans les Parcs à l'activité (touristique) récente. Par ailleurs, la CETD est attendue comme une possibilité d'acquérir une nouvelle « porte d'entrée touristique » territoriale, ce que ne sont pas les Pays d'accueil (Avesnois), d'offrir ainsi un accès « privilégié » au tourisme dans ces territoires grâce à la Charte, soit en le rendant accessible culturellement (diffusion du concept de « tourisme durable ») ou en conférant aux signataires un gain d'image et de notoriété (Scarpe Escaut).

Les attentes face à l'adoption de la Charte sont également portées autour de l'implication des acteurs sur le territoire : l'imprégnation par les acteurs de la culture du territoire et du Parc et sa mise en valeur par ces mêmes personnes dorénavant ambassadrices de leurs espaces par le partage de valeurs communes demeurent une des attentes vis-à-vis de la CETD. Les besoins de mise en réseau

d'expériences et de savoir-faire ressortent clairement ; ce sont des attentes parallèles à la mise en œuvre du Volet 2. Le dessein final de ces perspectives est principalement d'aboutir à la création d'un noyau dur d'acteurs motivés ayant l'intérêt et la volonté de développer une réelle économie touristique basée sur les principes du développement durable (Scarpe-Escout).

Il apparaît également un manque de reconnaissance des élus vis-à-vis des Parcs quant à la question du tourisme durable ; l'objectif est donc d'appréhender la Charte comme la possibilité d'un regain d'autorité sur la question et l'éventualité d'accéder au statut de référent sur le sujet touristique. La place d'interlocuteur privilégié sur ce sujet permettrait effectivement à terme de gérer convenablement les activités (en fait, aboutir à une autorité supérieure à celles des EPCI serait le plus profitable). La Charte est donc également attendue comme un outil à effet levier sur les orientations touristiques des territoires (Caps et Marais d'Opale).

Enfin, la Charte est perçue aussi comme un élément moteur pour dynamiser les équipes : la perspective de l'obtention d'une certification permettrait à priori d'accroître la motivation des acteurs du tourisme sur le territoire. La signature peut donc être recherchée uniquement dans le cadre d'une démarche de motivation afin d'astreindre le Parc à une obligation de progression et se projeter en avant (Luberon). Dans cette même optique, l'attribution Charte Européenne est également prise comme une récompense aux efforts entrepris précédemment, une certification des efforts consentis pour obtenir à terme les crédits alloués aux signataires (Boucle de la Seine et Marais du Cotentin).

Récompenser les efforts et les démarches auparavant consentis dans le domaine du tourisme durable, conférer un certain recul à un travail global, donner un nouvel objectif pour aller de l'avant ; ces derniers objectifs face à l'obtention de la Charte Européenne semblent s'écarter quelque peu de l'intérêt initial de ce pour quoi elle fut établie. On en arrive au fait que dans certains cas la CETD n'est plus perçue comme une base de réflexion et un élément d'impulsion au phénomène du tourisme durable, mais se pose à présent pour ces dernières attentes bien plus comme un mode de récompense, de validation de démarches entreprises avant la signature, celles-ci étant programmées soit lors du CPER ou bien dans la Charte du Parc.

C - QUEL EST LE RÔLE DE LA CHARTE DANS LA PRISE D'INITIATIVES ET LES ACTIONS CONCRÈTES SUR CES ESPACES ?

Les attentes étant, on l'a vu, très diverses quant aux apports souhaités par l'adhésion à la CETD dans les Parcs (et ce bien évidemment en fonction de leur situation touristique initiale dévoilée plus haut), les actions concrètes uniquement issues de cette signature sont en relation avec les perspectives du Parc lors de son adhésion. En conséquent, la prise d'initiative par ce biais sera soit importante si la Charte était attendue afin de donner au territoire un nouveau souffle touristique et réorienter son activité, soit quasi inexistante si l'adoption a été faite dans un contexte de recherche de certification supplémentaire, soit présente mais indépendante de l'action de la Charte si la stratégie déployée n'est que le prolongement de ce qui se faisait auparavant dans ces espaces. Dans ces cas-là, la Charte a pu avoir un rôle incitatif mais ne fut en aucun cas l'impulsion originelle des démarches entreprises, les actions ont été faites dans le cadre de la CETD mais auraient pu l'être sans.

Les principales initiatives entreprises grâce à la Charte, celles qui ont été les plus répandues et vraisemblablement les plus efficaces furent les études clientèles, évaluations de fréquentation et stratégies d'ensemble. En effet, bien souvent, la prise de recul offerte par la Charte dans les Parcs révisant leur orientation permet également d'effectuer de pair une étude clientèle et une stratégie marketing afin de repartir sur un plan territorial clairement identifié.

En second lieu, il est également clair pour nombre de Parcs (essentiellement ceux du réseau IPAMAC) que la Charte a été à l'origine d'actions inédites dans le domaine du travail avec les entreprises. Dans ces cas-là, la Charte a conféré un point d'appui aux Parcs afin de démarcher auprès de ces entreprises dans le but de les intégrer dans une démarche d'amélioration environnementale (économies d'eau, d'énergie, gestion des déchets...) ; l'outil a ainsi pu permettre le dialogue sur d'autres thèmes que la promotion et la commercialisation des produits et de se centrer plus sur des problématiques individuelles transférables au niveau collectif concernant la qualité globale du territoire. Pour exemple, le plan d'application de la Charte du Parc du Livradois-Forez se déclinait en 92 propositions dont 2 furent clairement et uniquement possibles grâce à l'adoption de la Charte (l'élaboration de contrats de 4 stations durables associant les prestataires, les offices de tourisme,

les mairies suivant les trois fondements du développement durable... et la mise en place du Volet 2 en association avec les Volcans d'Auvergne pour créer une émulation commune sur le tourisme durable et mutualiser certaines compétences).

L'effet le plus répandu concerne les préconisations et les diagnostics environnementaux faits auprès des hébergeurs et des restaurateurs. Bien que ceux-ci ne soient pas du niveau du Volet 2 de la Charte, les principaux efforts à l'adresse des propriétaires n'auraient apparemment pas été envisagés hors du contexte de la CETD, et ceci dans la majorité des Parcs signataires.

D'autre part, concernant la création d'offres ou d'outils spécifiques contribuant au maintien des services en milieu rural, à l'amélioration du cadre de vie ou à l'éducation à l'environnement / appropriation culturelle du territoire par les habitants (les méthodes d'interprétations en Avesnois), on assiste de manière diffuse à des expériences intéressantes (séjours spécifiques, établissements...) et transférables, et qui ont été expérimentées seulement grâce à la Charte. Celles-ci sont bien souvent liées à l'activité randonnée, nous les développeront ultérieurement.

Malgré tout, et comme nous l'avons déjà dit précédemment, les dissemblances d'attentes selon les Parcs vis-à-vis de la CETD mènent à ce que certains Parcs n'entreprennent rien de spécifique avec cette adhésion. Il est également important de souligner que le flou persistant encore sur le Volet 2 de la Charte pousse certains Parcs à ne rien entamer dans l'attente de résultats et de bases de travail claires à suivre de la part d'Europarc. L'absence de cette base de travail commune semble placer dans une position d'attente ces mêmes signataires.

Ces retenues étant faites, nous pouvons tout de même constater que les axes de développement de la Charte ont été exploités et développés par tous les types de Parcs, et que ceux-ci ont pu dégager ainsi un certain nombre de bonnes pratiques dans les différents domaines référencés plus haut. Toutes ont servi à améliorer : soit le contexte local, soit les actions des prestataires, soit la *durabilité* territoriale ou encore la satisfaction du visiteur...

Elles tendent vers une pratique plus concertée du tourisme au sein des espaces protégés, mais il est bien évident qu'une fois les bases du Volet 2 posées, celles-ci seront d'autant plus courantes.

Les bonnes pratiques exposées, toujours en rapport avec les axes spécifiés de la typologie exposée auparavant, touchent donc aux axes suivants :

- La gestion et l'accueil des différents publics
- La mise en circulation douce sur le territoire
- Le développement d'offres touristiques spécifiques en soutien à l'économie locale
- L'amélioration de la qualité de vie et l'appropriation territoriale par les habitants des espaces protégés
- L'augmentation de la qualité de l'offre

1 - La gestion et l'accueil des différents publics

Point important de la Charte européenne, l'accueil du public s'avère effectivement un des aspects essentiel du tourisme dans les Parcs souhaitant conserver ou développer cette manne (cinquième axe de la Charte : *Proposer à tous les visiteurs une offre touristique de grande qualité pour tous les aspects de leur visite, en satisfaisant les besoins particuliers des visiteurs désavantagés et les attentes des touristes actuels et potentiels, et en soutenant les initiatives d'amélioration de qualité des services*).

L'accueil des différents publics sera ici entendu dans son sens large, comprenant en fait les publics particuliers : gestion du tourisme sportif et du public handicapé. Ces deux aspects font l'objet d'attentions particulières au sein des espaces signataires, bien que l'on remarque encore une fois certaines distinctions selon les types de Parc : la gestion du public handicapé est très sérieusement traitée dans les Parcs à vocation plus « touristique » à la recherche d'une qualification du territoire plus qu'au développement même de l'activité, alors que la gestion des pratiquants d'activités de pleine nature concerne autant les Parcs périurbains que les Parcs plus touristiques du fait de la proximité de la clientèle excursionniste. Au sujet de ces derniers visiteurs, on remarque que les conflits habituels entre

pratiquants des loisirs motorisés et randonneurs se retrouvent globalement sur tous les territoires, gérés avec plus ou moins de succès (voir l'exemple développé ci-après). Les conflits prennent de l'ampleur en situation frontalière ou la cohabitation se détériore encore avec la venue de pratiquants Belges et Néerlandais (interdit de quads en Benelux) faisant fortement augmenter la fréquentation sur les chemins de randonnée (Caps et Marais d'Opale). Dans ce cas précis, la gestion de ces publics présente des difficultés pour le moment encore difficilement surmontables.

Il est à noter qu'à ce sujet, les Parcs font souvent offices d'autorité ou de référent quant à la gestion des conflits entre randonneurs et « motorisés », mais aussi dans l'organisation d'évènements sportifs dans ces espaces. Ainsi, les préfetures demandent souvent le positionnement des Parcs vis-à-vis de chaque organisation sportive, ou à l'inverse, ceux-ci font des préconisations à propos de la sécurité, la gestion des déchets, la réglementation de l'affichage (nombre et tailles des panneaux, emplacements et durée d'affichage réglementés). À propos des raids, les Parcs ont essentiellement une mission d'information (recherchée) auprès des organisateurs sur la praticabilité des sentiers (notamment en bordure littorale) qui demandent généralement la permission d'emprunter ces voies. Les Parcs possèdent donc de fait un droit de regard sur les courses potentiellement dégradantes pour le milieu (Livradois-Forez, Caps et Marais d'Opale, Pilat, Queyras, Vercors).

Leur « statut » de référent conduit souvent les organisateurs à venir s'informer sur les agréments d'autorisation d'abord auprès du Parc, souhaitant une vision spatiale de l'évènement (itinéraires...) et pouvant donner un avis pour ensuite éventuellement : dégager des fonds, donner des aides techniques (fonds cartographiques, gardes verts, sensibilisation du public...). Son rôle de concertation ne s'est pas entrepris dans le cadre de la CETD, mais la mise en cohérence de toutes ces actions et leur mise en valeur ont pu s'opérer grâce à cette dernière (Vercors).

L'accueil d'un public de loisir de plein air reste donc une des préoccupations communes à tous les Parcs, bien que le sujet soit souvent épineux à traiter. Il en est de même pour l'accueil des publics handicapés. Le sujet est abordé par tous les Parcs (ou presque, le Livradois-Forez attend un positionnement commun sur la thématique avec le Volet 2 ; initiée par le groupe de travail concerné lors du séminaire de Strasbourg, les résultats seront exposés plus loin) à des degrés

d'application différents. Ainsi, la mesure la plus généralement diffusée car la plus applicable est l'utilisation du label « Tourisme et Handicap ». La plupart des Parcs effectuent auprès des acteurs une sensibilisation (Scarpe-Escaut, Boucles de la Seine Normande, Queyras, Marais du Cotentin et du Bessin...) ou entreprennent des efforts pour « faire du mieux » sur les sites qui structurellement ne pourront pas obtenir ce label (études d'accessibilité de 30 sites patrimoniaux en Boucles de la Seine Normande) car souvent trop contraignant. Les structures ainsi labellisées se trouvent dès lors souvent promues par les Parcs.

Les Parcs effectuent eux aussi directement des opérations d'aménagement sur les équipements qui leur sont propres ; ainsi, le PNR du Pilat possède une Maison du Parc entièrement équipée et essaye d'intégrer ces normes d'équipement sur toutes les nouvelles infrastructures créées (même si la proportion de lieux aménagés reste faible sur l'ensemble des sites, 20 % environ). Aux Caps et Marais d'Opale, deux sentiers au sein de la réserve sont équipés tous publics et permettent dès lors un accès aux malvoyants, aux personnes à mobilité réduite... D'autre part, sur les quatre maisons du Parc, trois sont adaptées aux personnes à mobilité réduite, et les équipements de moins de 10 ans sont pour la majorité d'entre eux équipés (randonnée, la coupole d'Helfaut...), comme pour le relativement récent site des Ponts d'Ouve (Marais du Cotentin et du Bessin).

Autrement, il est assez rare d'avoir des programmes de développement entièrement tournés vers ces publics. Hormis le Queyras organisant une offre de loisirs d'hiver en leur destination (luge, ski de fond, de piste, ski joëring), seul le Luberon entreprend des mesures « de fond » à ce propos : inventaire des sites patrimoniaux, identification des sites accessibles et équipement des sites facilement exploitables. Là encore, la CETD n'a servi que de caisse de résonance à cette action, entreprise en amont de l'adhésion. Cependant, depuis un an et demi, le Vercors entreprend lui aussi une politique plus poussée en matière de tourisme adapté sur son territoire et qualifie ainsi son offre vers ce public.

Il est vrai que ces problématiques sont en constante évolution et qu'un positionnement commun au niveau européen sur la Charte serait très profitable. En attendant, il est vrai que l'utilisation du label « Tourisme et Handicap » demeure un moyen efficace de qualifier son offre (voir le détail ci-après).

Tourisme et handicap

Fruit d'une collaboration entre les professionnels du tourisme, les personnes handicapées, leurs associations et le secrétariat d'Etat au Tourisme, la mise en place du label Tourisme & Handicap a pour ambition d'offrir un vrai choix sur l'ensemble de l'offre touristique grâce à une information fiable et homogène.

Délivré aux professionnels du tourisme, il est la reconnaissance d'une démarche d'intégration de qualité, politique poursuivie par le ministère délégué au Tourisme depuis cinq ans.

Ce label national a un double objectif :

- apporter une information fiable, descriptive, et objective sur l'accessibilité des sites et équipements touristiques en tenant compte de tous les types de handicaps.
- développer une offre touristique adaptée.

Le label est donc destiné :

- à la clientèle à besoins spécifiques qui, pour la première fois, bénéficiera d'une information fiable sur les hébergements, les résidences, les sites touristiques et les sites de loisirs, et qui sera adaptée aux quatre handicaps : auditif, mental, moteur et visuel.

- aux professionnels du tourisme pour les sensibiliser et les impliquer dans l'amélioration de l'offre, de l'accueil, de l'accessibilité et de l'information en direction de la clientèle handicapée française et étrangère. Ceux-ci pourront donc le mettre en application en s'adressant à l'instance régionale Tourisme & Handicap mise en place par les délégués régionaux au tourisme. Les prestataires ainsi labellisés se doivent donc de respecter la Charte, ayant pour objectif central de donner la possibilité, pour les personnes en situation de handicap, d'accéder directement et personnellement aux loisirs et aux vacances constitue un droit fondamental.

Ce droit est conditionné par l'accessibilité aux sites et équipements touristiques et par une information fiable et développée. Le titulaire du label Tourisme & Handicap s'engage à appliquer et respecter les principes de la charte¹.

¹ **Engagement de la charte**

a. Démarche de territoire adapté dans le Vercors

OBJECTIF

Projet global de mise en accessibilité d'un territoire afin de ne pas discriminer les populations connaissant des difficultés motrices. L'objectif est de proposer un territoire présentant des prestations touristiques diverses (hébergements, activités de loisirs) mais également une aide pour les services quotidiens, aspect tout aussi important pour ces populations.

PRINCIPE

Un territoire adapté présente des prestations touristiques complétées par des services du quotidien ayant tous un lien commun. Pour parler d'un « **territoire de tourisme adapté** », on trouvera plusieurs poches « d'accessibilité », deux, trois ou quatre en fonction de la spécificité du territoire. Celles-ci doivent être reliées ; en ce qui concerne les territoires ruraux, le principe de départ comprend la personne valide ou handicapée comme étant motorisée ou accompagnée.

Le responsable de la structure labellisée s'engage à :

- afficher le label en bonne place, de préférence à l'extérieur du site ou de l'équipement, et dans toutes les publications ou supports d'information assurant la promotion de l'offre touristique ;
- garantir une disponibilité optimale et durable des équipements et espaces adaptés à la clientèle handicapée, en toute période de l'année ;
- fournir sur simple demande une information descriptive, objective et fiable sur les caractéristiques de l'offre touristique adaptée et proposée à la clientèle, sans en oublier les limites ;
- favoriser la qualité de l'accueil par des actions de formation ou de sensibilisation adaptées de ses personnels ;
- maintenir, par un entretien régulier, les équipements et services qui ont permis l'obtention du label ;
- informer l'organisme gestionnaire du label de tout changement susceptible de modifier les conditions d'accueil et d'accessibilité ;
- inciter conjointement avec le gestionnaire du label, les autres partenaires locaux à promouvoir l'accessibilité de l'environnement extérieur de l'équipement ou de l'établissement dans une démarche de territoire touristique.

Le manquement aux principes énoncés dans le présent titre peut entraîner le retrait du label.

Titre deux

La commission d'attribution du label, en liaison avec l'instance régionale, s'engage à :

- donner au prestataire un exemplaire de la grille d'évaluation de l'accessibilité, base de données pour l'information claire et précise des clients handicapés ;
- tenir un inventaire permanent des sites labellisés ;
- œuvrer auprès des organismes territoriaux du tourisme pour intégrer l'information dans leurs documents de promotion ;
- aider le prestataire à engager une démarche partenariale avec les associations de consommateurs handicapés et les organismes publics concernés afin d'améliorer la qualité de son offre ;
- offrir un suivi et assister le cas échéant, le prestataire dans sa recherche de financement pour améliorer son offre ;
- promouvoir l'accessibilité aux prestations des autres partenaires publics ou privés.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional du Vercors (secteur de Trièves)

Contexte : Il existe sur le territoire du Vercors de nombreuses actions menées en faveur d'un tourisme adapté. Celles-ci sont mises en place à différentes échelles de territoires et de propriétés : privées, communales, intercommunales et institutionnelles (Conseil général, Région...) et concernent les différents acteurs du tourisme. L'enjeu est, au delà de l'efficacité de chacune des démarches entreprises, d'aboutir à une juxtaposition de celles-ci sur un vaste territoire. Concernant cet aspect, le Parc est le vecteur privilégié de l'animation et de la coordination de ces démarches. Son rôle a donc été dans un premier temps de recueillir l'ensemble des informations concernant ces actions et ensuite d'évaluer la difficulté de leur mise en œuvre ainsi que les éléments de réussite de celles-ci. Les démarches sont ainsi prises dans un contexte global et le travail porte ensuite sur l'harmonisation de l'ensemble de ces actions ; cela permet entre autres d'être à la fois concret et efficace dans le cadre d'une stratégie de territoire adapté.

Acteurs impliqués : Prestataires touristiques et Parc naturel régional du Vercors

Démarche : Elle s'effectue en trois temps :

- constitution du dossier de candidature avec un pré-inventaire et une acceptation du principe de 20 % de l'audit de la part du demandeur
- constitution du projet de contrat d'objectifs avec réalisation de l'audit, la restitution et l'élaboration du contrat
- examen du contrat d'objectifs par la commission permanente du Conseil régional

Le contrat est alors établi ; au mieux, ce sont 30 % des dépenses subventionnables qui seront alors financées par la Région.

En 2003, le Comité d'Expansion du Trièves (CET) s'est engagé dans la démarche. Compte tenu de l'étendu du territoire, il a été sélectionné trois poches d'accessibilité :

- Mens
- Gresse en Vercors / Col de l'Arzelier
- Clelles / Lalley / St Maurice en Trièves

Dans un premier temps, le CET a fourni un travail d'auto-évaluation des sites du territoire afin de préparer son dossier de candidature. Ce travail a été complété par un travail de sensibilisation des acteurs économiques et politiques locaux ainsi que des partenaires institutionnels.

Sur la base de cette candidature, la région a lancé la phase d'audit des différents présélectionnés. Ces audits ont été réalisés par un binôme d'évaluateurs ; ils ont permis de définir les préconisations en terme de travaux de mises en accessibilité, et par là même des fiches d'actions à accomplir.

Courant mars 2006, elles ont été présentées aux maîtres d'ouvrages potentiels (les communes). Vient ensuite la phase de négociation, entreprises avec chacun des maîtres d'ouvrages des poches désignées (commune ou structure intercommunale).

ATOUTS ET LIMITES

L'intérêt de cette démarche réside évidemment dans sa dimension globale ainsi que dans le fait de penser l'accessibilité à tous les niveaux sur l'échelle territoriale. Les actions envisagées sont dès lors beaucoup plus efficaces car prises dans un cadre complet (un territoire cohérent).

En revanche, la difficulté de sa mise en œuvre pose problème (assez souvent ce sont des travaux lourds sur la voirie qui sont à envisager, type d'investissement difficilement abordable pour une petite commune rurale) soit dans les délais de réalisation, soit dans la motivation des maîtres d'ouvrage.

Par ailleurs, la démarche a été ralentie par la recherche d'une méthodologie applicable au territoire rural. Jusqu'à présent, la démarche « territoire adapté » avait été menée sur des territoires urbains (Grenoble) ou des stations de ski, c'est à dire

des territoires clairement délimités. Transposer cette problématique sur un territoire rural (et donc plus vaste, par extension), n'étant pas systématiquement habité, a donc nécessité des adaptations.

b. Développement d'offres de loisirs d'hiver à destination des clientèles à mobilité réduite au Queyras

L'offre n'étant pas encore totalement structurée, sa présentation s'en trouvera donc assez lapidaire. Je présenterai donc brièvement les principaux points du programme.

Ce qui s'est fait se tient en fait plus comme une accumulation de bonnes pratiques que comme un programme global. L'offre est en fait articulée autour des équipements liés à l'équipe de France de ski de fond handisport. Dans le département des Hautes-Alpes, les disponibilités de matériels en ski adaptés à la pratique handisport et la présence de moniteurs formés à ces pratiques permettent ainsi de faire participer ce public. Pour ces occasions, un centre d'accueil spécialement adapté est également mobilisé.

Il est également nécessaire de signaler que le département des Hautes-Alpes est en cours de labellisation Tourisme et Handicap, et que dans ce processus, le Queyras fait office de site pilote.

L'expérience gagnerait à être mieux organisée et pérennisée aux vues de l'originalité (j'entends par là le peu de diffusion d'un tel projet) de celle-ci, qui pour l'instant s'avère malheureusement encore peu structurée.

c. Le tourisme accessible en Luberon

OBJECTIF :

Rendre le territoire du Parc naturel régional du Luberon accessible, et ce dans tous les sens du terme. Il s'agit donc de favoriser l'accès au tourisme sur ce territoire pour les personnes à faible revenu ainsi que le public handicapé, ces deux clientèles étant la plupart du temps lésées quant à l'accès aux vacances.

PRINCIPE

Convenir d'aménagements ou d'équipements afin d'adapter le territoire ou les structures du territoire pour ces publics. Ces actions ne peuvent être le résultat d'un seul et même projet, c'est pourquoi elles s'articulent en plusieurs programmes.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional du Luberon

Contexte : Besoin d'accessibilité d'un territoire qui se veut pour le moment « chic et cher » et qui reste encore peu abordable pour les publics handicapés.

Acteurs impliqués : PNR Luberon, Conseil Général des Alpes de Haute Provence, et des Hautes Alpes, Association de pratiquants de FTT, Handicap Évasion, LPO

Démarches : Celles-ci ont été entreprises selon 5 axes que nous verrons indépendamment les uns des autres. En effet, il ne s'agit d'une seule bonne expérience mais d'un programme d'ensemble comprenant ainsi plusieurs initiatives ; voici donc quelles sont les actions entreprises au sein du Parc :

Informer sur la réalité du handicap et sur les perspectives touristiques

↳ *Journées d'information et voyage d'étude en partenariat Parc / CDT 04.*

↳ *Journée technique en partenariat LPO Provence-Alpes-Côte d'Azur / Parc (informations, démonstration de matériels adaptés, ...).*

Ces journées permettent de sensibiliser et de former des professionnels « référents » (notamment évaluateurs « tourisme et handicap »).

Il faut poursuivre la formation d'évaluateurs « T&H ».

↳ *Un des architectes du Parc a été formé à l'attribution du label « tourisme et handicap » et qui conseille à présent communes ou professionnels locaux.*

On peut ainsi encourager une adaptation le plus en amont possible de sites (donc moins coûteuse) en cours d'aménagement, dans une perspective de labellisation, avec prise en compte de tout ou partie des 4 types de handicap.

Privilégier les réalisations concrètes.

Plutôt que certaines études, certes éclairantes mais qui ne font pas changer dans les faits la situation vécue par les personnes handicapées.

C'est d'autant plus nécessaire que, dans la situation actuelle de retard et de déficit d'offre sur le territoire, il est important de faire connaître les bonnes pratiques, les réalisations existantes et d'encourager localement les initiatives.

↳ *Coopération avec des pratiquants de FTT (fauteuil tous terrains) pour faire valider des sentiers thématiques et des itinéraires VTT comme accessibles en parcours descendant*

Croiser les compétences.

En reconnaissant le rôle de chacun : du « faire » au « faire avec » (le partenariat), jusqu'au « faire faire ».

Les partenaires varient localement mais on retrouve toujours des associations concernées par le handicap comme Handicap Evasion, (et pas seulement celles qui font du problème du handicap l'essentiel de leurs activités) les institutionnels du tourisme, les opérateurs privés qui ont déjà une offre « accessible » qu'il faut faire connaître, faire évoluer le cas échéant et qui constituera le socle de produits touristiques « accessibles ».

↳ *Consulter les permanents de l'APF (association des paralysés de France) et autres pour des projets du Parc et autres.*

Aller au-delà de la norme et des obligations qui s'y rattachent

La norme est un minimum et s'adresse à un nombre trop limité de cas, pour l'essentiel dans les bâtiments mais pas dans le milieu naturel. Vue de façon trop limitée, la norme peut être un piège (cf. les passages de porte conformes à la norme mais devenus impraticables avec l'arrivée des fauteuils à assistance électrique plus larges).

Dès lors, le label « tourisme et handicap » est bien sûr utile mais n'est pas une fin en soi.

Rendre accessible ne veut pas dire « accessible pour tous et partout ».

Surtout si cela doit être au prix d'aménagements coûteux et en définitive peu usités. Le handicap est aussi un marché, une « niche » de clientèle intéressante. Donc du point de vue de l'économie touristique, la démarche professionnelle d'élaboration de l'offre et de mise en tourisme, les règles de bonne gestion s'appliquent à ce marché comme aux autres.

Recenser les sites déjà accessibles ou pouvant facilement le devenir

Faire connaître les sites existants, recenser sur des territoires circonscrits ce qui pourrait constituer une offre locale.

Faire évaluer les sites candidats pour l'attribution du label « tourisme et handicap ».

↳ *Musée de la mine et des mineurs de St Maime, déjà accessible.*

↳ *Recensement sur les Alpes de Haute-Provence et celui commencé sur le territoire du PNRL (tous sites confondus).*

↳ *Recensement d'hébergements réalisé par les Gîtes de France 04.*

La vie d'un touriste en séjour sur notre territoire est un tout, ce qui veut dire qu'on doit s'intéresser à l'accessibilité au dehors des sites de visite : accès par les transports publics, gares et gares routières, restaurants, toilettes publiques, etc.

C'est pourquoi il est préférable de privilégier au début un territoire plus limité (pilote) dans lequel l'accessibilité est pensée comme un tout.

↳ *Territoires pilotes dans les Alpes de Haute-Provence et « référents » locaux, comme le PNRL pour la destination Haute-Provence / Luberon dans les Alpes de Haute-Provence.*

Soutenir financièrement des travaux d'aménagement limités

En vue de rendre des sites accueillants pour différents handicaps, qu'il s'agisse d'initiatives publiques ou privées, de sites urbains ou naturels.

↳ *Aménagements d'accès au parcours de santé du Grenouillet (Cavaillon).*

↳ *Travaux d'amélioration des parcours pour les fauteuils sur un site d'observation astronomique lui-même conçu pour l'observation depuis le sol, en fauteuil (Lagarde d'Apt).*

↳ *Parcours aménagé par l'ONF dans la forêt de Pélicier (Manosque).*

↳ *Création de rampes d'accès à un gîte d'étape municipal (lui-même aménagé) pour développer l'offre d'hébergement accessible.*

(Exemples de projets en cours d'étude : Parcours de découverte à Vachères commun à 5 gîtes Panda, parcours sensoriels aménagés à Robion, réaménagement de sites d'observation d'oiseaux, accès aux lavoirs de Ste Tulle).

Comme c'était esquissé dans la première mouture du CPER Parc, on peut prévoir une participation forfaitaire et plafonnée, en lui affectant à présent un barème d'intervention et des éléments d'évaluation (handicaps pris en compte, nombre de visiteurs attendus, perspective de labellisation « tourisme et handicap », ...).

Distinguer aussi des projets « accessibles » exemplaires et structurants

Susceptibles de drainer plus de visiteurs comme le musée de la cloche à Hérépian (34) ou le musée de Quinson (04) et, à ce titre, favoriser l'accès à des financements plus importants et plus ciblés sur l'accessibilité (type fonds européen).

↳ *Centre d'interprétation et parcours aménagé de la Maison de la Biodiversité à la Thomassine du PNRL (ouverture printemps 2007),*

↳ *Projet de réaménagement de la Maison du Parc à Apt qui prévoit notamment la prise en compte de différents handicaps.*

Encourager l'acquisition « mutualisée » de matériel adapté

↳ *Décision du Parc d'acquérir du matériel en « pool », en vue de le mettre à disposition des professionnels partenaires ou associations locales :*

Handicap Evasion, CEDRES (groupement d'accompagnateurs de randonnée), réseau Vélo Loisir en Luberon (propriétaire de tandems également utilisés avec binôme voyant / non voyant) et aussi sorties pédagogiques du Château de l'Environnement, CPIE Alpes Provence, ... et éventuellement réseau d'hébergeurs comme les gîtes Panda du Parc, etc.

Idem pour l'accès à l'eau dans les bases nautiques, ...

Créer un référentiel régional de toutes les initiatives existantes,

Labellisées ou non « tourisme et handicap » en vue de mettre en évidence une offre de séjour structurée ou d'inciter à sa création.

Le but est d'arriver à l'équivalent d'un Atelier de l'Offre, à l'image de ceux conçus par le CDT 04 mais avec un ciblage sur une offre « accessible », à l'échelle du territoire 04 + 84 ou régionale.

↳ *Atelier de l'Offre 2003 aux Taillades (84), fruit d'un partenariat CDT 04, PNRL, CDT 84.*

Soutenir des évènements qui comportent ou comporteront un Volet « accessible »

↳ *Journées « Roues libres en Luberon » gérées par Vélo Loisir en Luberon avec la coopération du Parc, prévoyant des parcours en tandem pour accueillir des non-voyants.*

Ou journées équivalentes rassemblant sur les pistes cyclables, voies vertes, etc. tout ce qui roule.

Expérimenter les apports relevant des TIC

Pour ce qu'ils peuvent apporter en vue de compenser un handicap.

Ex. audioguides adaptables à certains sites culturels ou naturels pour être utilisables par des non-voyants, sites d'information touristique audible sur Internet, etc.

ATOUS ET LIMITES

Les principaux atouts de ce programme sont évidemment de réellement rendre le territoire accessible aux différents publics. Ses efforts dans le domaine Tourisme et Handicap sont complétés par les efforts faits dans le sens des visiteurs à faible revenus ; ainsi, le Parc essaie de diffuser les Chèques vacances parmi les prestataires ainsi que les Gîtes Etape.

Quant aux limites, elles sont difficiles à estimer. Disons qu'une trop faible diffusion de ces expériences dans les autres territoires reste regrettable.

d. La gestion des loisirs motorisés

OBJECTIF

Concilier la pratique des loisirs motorisés avec le souci de respecter l'environnement et le cadre de vie. C'est l'un des enjeux à développer sur la plupart des territoires des Parcs Naturels Régionaux. Ceci implique la connaissance des chemins, de leurs usages et du milieu. C'est pour apporter de réponses aux décideurs locaux et aux pratiquants que des démarches de sensibilisations ont été effectuées, notamment, en ce qui nous concerne, la réalisation d'une fiche technique à destination des usagers et des élus par le PNR de l'Avesnois, dans le souci de concilier la randonnée et les loisirs motorisés.

PRINCIPE

Le guide invite donc chacun à analyser la situation dans laquelle il se trouve afin de prendre les meilleures dispositions possibles au regard des différentes pratiques dans le respect de la réglementation existante. Il sert également d'instrument d'aide à la décision pour les élus souhaitant traiter ce problème.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel de l'Avesnois

Contexte :

Les randonnées pédestres, équestres, VTT et cyclotouristiques font partie des activités de pleine nature qui contribuent à la découverte des territoires. Le Parc Naturel Régional de l'Avesnois privilégie, depuis plusieurs années, un développement durable de la randonnée afin de valoriser et préserver son patrimoine. Les loisirs motorisés, de par les nuisances qu'ils occasionnent, ne semblent pas, quant à eux, répondre à cet objectif.

Néanmoins, l'ensemble de ces activités de pleine nature se pratique sur le même réseau de chemins que celui utilisé par les riverains, les exploitants agricoles, les

troupeaux et les ayants droits. Ces itinéraires font donc l'objet de multiples usages, qui, parfois, peuvent devenir conflictuels.

La pratique des loisirs motorisés peut être dommageable à la fois à l'état du chemin et à son environnement proche, portant ainsi préjudice aux activités de randonnée sur les chemins en milieu rural.

Il est évident que le Parc de l'Avesnois n'est pas le seul Parc confronté à ces problèmes, loin s'en faut (la majorité des Parcs est concernée par ces conflits d'usage), et qu'il n'est pas non plus le seul à prendre des mesures pour éviter ces conflits, mais la fiche réalisée semble la plus aboutie et la plus concluante des méthodes employées jusqu'alors. C'est pourquoi il est ainsi choisi.

Acteurs impliqués : Le Parc Naturel Régional de l'Avesnois, le Conseil Général du Nord, la DIREN 59 et la Préfecture du Nord.

Démarche :

Réalisation d'une fiche pratique de 8 pages à destination des maires et des acteurs. Celle-ci s'articule en plusieurs points.

Exposition, dans un premier temps, des impacts des loisirs motorisés sur les chemins en milieu rural (destruction d'espèces et d'habitats naturels par le hors-piste, dégradation des chemins lors de la pratique en période d'inondation, bruit et pollution, comportement irrespectueux de certains conducteurs entraînant l'accentuation de l'impact de ces activités sur l'environnement).

Ensuite, une exposition des outils pour agir et la démarche à suivre à destination des élus leur indiquent comment gérer cette situation.

Tout d'abord, les principes posés par la loi sur la circulation des véhicules terrestres dans les espaces naturels (91-2 du 3 janvier 1991) sont listés (circulation des véhicules à moteur interdite dans les espaces naturels ...), puis sont énumérés les fondements de la protection naturelle (reconnue d'intérêt général par la loi n°76-629 du 10 juillet 1976 et donc à préserver pour les générations futures dans l'intérêt général), le pouvoir du maire (pouvoir d'interdiction d'accès à certaines voies ou certains

secteurs de la commune, d'élaboration du PDIPR, de création de terrains dédiés à la pratique des loisirs motorisés) et le cas particulier des PNR (mettent en place des règles de circulation des véhicules à moteur sur les chemins des communes adhérentes du Parc).

La démarche à suivre pour la mise en place d'une réglementation de la circulation des véhicules à moteur est alors la suivante :

- 1 - analyse de la situation
- 2 - concertation avec les acteurs
- 3 – information du public par affichage, signalisation
- 4 – mise en œuvre des moyens réglementaires

Pour le porteur de projet de création d'un terrain aménagé à destination des pratiquants de loisirs motorisés, voilà la démarche à suivre :

- 1 – choix du site (éloignement des habitations et des zones écologiques sensibles)
- 2 – autorisation d'ouverture (demande auprès du maire ; étude d'impact ; mise en conformité avec la loi sur l'eau pour les projets en zone humide)
- 3 – homologation (pour 2 ans, émise par le préfet)

Le Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnée (PDIPR) est également présenté dans la fiche.

Au final, l'outil présente une aide à l'élaboration d'une charte de bonne conduite en exposant :

Les objectifs : définir les règles strictes pour l'organisation des loisirs motorisés

Le contenu :

- un règlement contribuant à l'amélioration de l'image de ces loisirs motorisés ainsi qu'à la diminution des comportements irrespectueux
- une mise en place de critères dans l'organisation des sorties en groupe
- un engagement financier / personnel en cas de dégradation
- une identification des associations, pratiquants et sociétés

- un devoir d'information sur les sorties au près des communes du Parc concernées
- la sensibilisation du grand public lors des manifestations organisées

Et, en dernier recours, le pouvoir d'intervention du maire si ces règles n'étaient pas respectées.

Dans ces démarches, le Parc intervient pour :

- **Accompagner** les élus dans leurs décisions
- **Inform**er les acteurs sur les activités de chacun
- **Inciter** les pratiquants de loisirs motorisés au respect de la charte établie
- **Veiller** à la cohérence des pratiques de randonnée en assurant la préservation des espaces naturels

ATOUS ET LIMITES

Les limites que l'on peut trouver à une telle démarche sont de nature pragmatique : en effet, comment s'assurer du respect des interdictions ou du bon comportement des pratiquants ? Cette fiche favorise des mesures **incitatives** car aucunement gérables en temps réel (personne ne peut assurer à temps plein le bon respect des mesures prises), et sa bonne application est donc dépendante du comportement des usagers.

Autrement, il est évident que cette démarche permet de raisonner l'ensemble des acteurs et d'informer les décideurs de leurs pouvoirs en la matière, ce qui, dans les situations conflictuelles rencontrées, représente une avancée appréciable.

2 - La mise en circulation « douce » du territoire

Les méthodes de déplacement doux dans les Parcs

Cette question n'est directement le fait de la CETD, mais reste étroitement liée aux problématiques « durables » dans leur ensemble, étant donné les nuisances occasionnées par les transports tant au niveau atmosphériques que sonore, voire même visuel. Cette importance pour des méthodes de circulation douce touche donc directement la qualité de vie des habitants des Parcs, mais aussi indirectement la préservation du patrimoine paysager (une circulation réduite abouti à une dégradation moindre des paysages et des besoins d'aménagements réduits en conséquence). C'est pourquoi les initiatives prises dans les espaces protégés s'accordent donc avec les principes 5 et 10 de la Charte Européenne et ont tout intérêt à se voir diffusées.

La situation au sein des Parcs est bien évidemment très contrastée selon les différents contextes rencontrés ; il est normal que les méthodes de transport collectifs soient privilégiées dans les Parcs périurbains que dans les Parcs peu fréquentés. Il est malgré tout à noter que cette thématique est abordée par la plupart d'entre eux, ou, n'étant pas encore en cours, programmée par des groupes de travail à brève échéance.

La plus partagée des solutions envisagées par les Parcs reste la création de voies vertes, qui, bien que n'étant pas directement en relation avec un transport « usuel », possède malgré tout son intérêt en tant qu'incitatrice à la découverte touristique « douce » (Pilat, Luberon, Marais du Cotentin et du Bessin, Vercors...). Les véloroutes (voir plus loin) sont quant à elles moins diffusées, mais s'adressent bien plus à la population locale pour ses déplacements quotidiens qu'au touriste en quête de découverte.

Autrement, la plupart des aménagements concédés au tourisme sur cette problématique sont liés aux aménagements des lignes de bus : allongement des lignes et nouvelles dessertes sur les sites touristiques. Les Parcs périurbains jouissent de la bonne qualité du réseau ferroviaire proche desservant généralement bien le

territoire (Parcs du Nord - Pas de Calais) ; autrement, des tentatives de rapprochement avec la SCNF sont initiées en partenariat (Luberon / Verdon), ou, dans quelques cas, la question est traitée par l'Agenda 21 local (Avesnois / contrats de stations durables en Livradois-Forez) ou les communautés de communes (plan de déplacement d'entreprises / de déplacements scolaire). À noter également les opérations de covoiturage menées dans le Parc du Vercors pour les migrations pendulaires.

Il est malgré tout évident que les Parcs qui auront une mise en circulation douce de leur territoire effective et de qualité seront ceux dont les bassins d'emploi ou la fréquentation sont conséquents : il n'y a que peu d'intérêt à développer des programmes d'importance sur des territoires peu fréquentés, bien que certaines initiatives soient facilement transférables (véloroutes / voies vertes, covoiturage..., voir le détail ci-après).

Véloroutes et voies vertes

Le concept véloroutes-voies vertes est le résultat de l'association de deux concepts clairement définis : celui d'itinéraires « vélo » linéaires et continus (Véloroutes) et celui de structures exclusives ou quasi-exclusives des déplacements non-motorisés (Voies Vertes). Il y a association par superposition des deux concepts :

- La Véloroute n'est matérialisable que par son jalonnement et sa cartographie ; elle se superpose relativement et non systématiquement à la Voie Verte. C'est un itinéraire cyclable à moyenne ou longue distance (pour des déplacements quotidiens ou de tourisme), reliant une ville A à une B sans interruption, y compris dans les villes, uniforme sur son ensemble, sécurisée aux carrefours et endroits accidentés, et enfin incitative.

Elle emprunte un itinéraire agréable, évite les dénivelés excessifs et circule autant que possible sur des aménagements en site propre et sur des petites routes tranquilles. Son but est donc de relier les villes entre elles dans de bonnes conditions et de permettre à tous les cyclistes de pouvoir faire des déplacements utilitaires (domicile travail par exemple) ou du cyclotourisme .

- La Voie Verte est matérialisable par sa qualité de structure particulière constituée par un chemin de halage le long d'une voie navigable, une digue, une voie ferrée désaffectée ou encore un chemin rural, un chemin forestier ou un chemin de vigne... Elle est amenée à être utilisée par d'autres usagers que les cyclistes, notamment des rollers, des personnes à mobilité réduite, des piétons, et dans certains cas des cavaliers. Elle doit être accessible au plus grand nombre, sans grande exigence physique particulière, et sécurisée en conséquence.

Une intégration intelligente, harmonieuse et consensuelle des différents types d'utilisateurs est proposée, en veillant à assurer la compatibilité entre les utilisateurs «roulants» et «marchants» d'une part, et une continuité maximale pour chaque mode d'autre part.

La Voie Verte peut-être projetée en milieu rural ou urbain. Les différents utilisateurs sont associés à la définition et aux schémas de Voies Vertes à tous les échelons (européen, national, régional, départemental). La Voie Verte se caractérise par une homogénéité de traitement et doit être adaptée à l'usage auquel elle est destinée. Elle est établie dans le respect de l'environnement, de la culture et du patrimoine des lieux traversés, dans le cadre d'une démarche d'identité culturelle propre à chaque voie verte ; cela par la valorisation de friches industrielles situées à proximité. La Voie Verte doit s'intégrer au tissu socio-économique local, qui pourvoit aux besoins spécifiques des utilisateurs (location et réparation de bicyclettes, hébergement, restauration...), et elle doit desservir autant que possible les équipements scolaires et récréatifs, les pôles d'intérêt culturel, les centres commerciaux.

Cette association est composante de l'Association Européennes des Voies Vertes, qui contribue à la préservation des infrastructures telles que les voies de chemin de fer, les chemins de halage et les itinéraires culturels (chaussées romaines, routes de pèlerinage...) afin d'y développer des voiries autonomes réservées au trafic non-motorisé et de préserver le domaine public. Elle encourage donc le transport non-motorisé, dresse des inventaires d'itinéraires potentiels et rédige des rapports techniques., favorise et coordonne l'échange de compétences et d'information entre les différentes associations et les organismes nationaux et locaux qui développent de semblables initiatives en Europe. Elle informe par ailleurs les

organismes nationaux et locaux sur les moyens à mettre en œuvre pour développer ces voiries et collabore avec les autorités européennes pour soutenir leurs politiques en matière de développement durable, d'environnement, d'équilibre régional et d'emploi (elle est active sur plusieurs projets européens, dont REVER MEDOC, réseau d'itinéraire longue distance constitué de voies vertes et de vélo routes depuis le Sud du Portugal jusqu'au Sud de l'Italie, permettant de découvrir les richesses du bassin méditerranéen à vélo) .

a. Méthode de circulation douce : l'opération TER-VERT

PRINCIPE

Rendre accessible les territoires et les sites patrimoniaux au plus grand nombre et de manière « propre », c'est-à-dire tenant compte des exigences environnementales actuelles.

APPLICATION / OBJECTIF

Les moyens de circulation dite "douce" sont liés à des préoccupations environnementales ; cet essor est porté par la remise en question progressive de la prédominance des modes de circulation motorisés.

Ainsi, l'objectif est de minimiser au maximum l'utilisation de la motorisation individuelle fin de promouvoir soit les transports collectifs (train, bus...), soit les déplacements non motorisés (essentiellement à vélo pour le moment, voire à cheval). Ils permettent ainsi d'améliorer, dans le cas des espaces protégés, l'accessibilité aux sites d'intérêt touristique, l'aspect paysager de ceux-ci en limitant les espaces attribués aux parkings, et également de limiter les nuisances des pollutions atmosphériques et sonores.

EXPÉRIENCE

Site : Le Parc Naturel Régional de l'Avesnois

Contexte : Consciente que la proposition de loisir / tourisme à destination est très importante, la Région avait initié des contacts avec le PNR de l'Avesnois et souhaitait coordonner avec elle sur le terrain les offres touristiques et les animations nature. Les sites patrimoniaux et les offres estivales de fêtes et de spectacles sur le territoire de l'Avesnois étaient suffisamment nombreux pour programmer une offre

permettant de disposer quelques fois durant l'été de transports collectifs desservant depuis l'ensemble du territoire ces sites et les lieux de spectacles et de fêtes à des tarifs incitatifs, en suite au succès rencontré de l'opération TER-MER (4^{ème} édition). L'idée est de permettre une découverte mémorable du territoire au plus grand nombre...

Acteurs impliqués : PNR de l'Avesnois, CG Nord, CDT Nord, OT et mairies des villes concernées par la desserte.

Présentation : Dans les 6 gares de destination, les offices de tourisme proposent des journées TER-VERT clef en main pour découvrir les mille facettes de l'Avesnois : nature, villes fortifiées, étangs, itinéraires à vélo, écomusées... sur un week-end de trois jours, et quatre week-ends de deux jours pour les TER-MER (14 destinations sur le littoral).

Démarche : La tarification à un euro l'aller-retour en TER est possible depuis l'une des 211 gares de la Région. Elle s'appuie sur la carte GRAND'TER qui permet aux gens de bénéficier de ces offres pour un euro l'aller-retour (cinq personnes / carte). La carte est valable un an et permet, en dehors des offres TER VERT-MER, de bénéficier d'avantages tarifaires exceptionnels les week-ends , jours fériés et vacances scolaires.

Les TER-VERT sont mis en relation directe avec des offres touristiques existantes des six dessertes de l'opération : Le Quesnoy, Avesnes-sur-Helpe, Sains du Nord, Fourmies, Maubeuge et Val Joly, toutes comprenant une offre touristique d'intérêt pour les clientèles de proximité (visites de ville fortifiée, de remparts, du patrimoine arboré... selon les villes ; accès aux bases de loisirs, circuits de randonnées, écomusées, zoo, maison du bocage...).

L'accueil est fait par les OT en gare dès l'arrivée des TER-VERT (brochures, explications, accompagnements) et éventuellement vente de produits du terroir en gare (paniers garnis).

La communication sur ces offres sera commune par les biais suivants : spots TV sur France 3, documents sur les offres disponible dans les mairies, les CAF, les CPAM..., un guide tourisme TER-VERT et TER-MER associé à un guide horaire disponibles en gare, ainsi qu'un site internet propre à ces opérations.

Il est également prévu la tenue d'un stand en gare de Lille-Flandres.

ATOUS ET LIMITES :

• ATOUS

- Limitation de l'usage de la motorisation individuelle
- Meilleure accessibilité géographique du territoire
- Opération touristique financièrement accessible
- Mise en réseau avec les autres offres touristiques
-

Il est à noter que pour cette première édition, l'opération fut couronnée de succès étant donnée la forte fréquentation enregistrée, résultats évidemment très encourageant pour de prochaines éditions.

• LIMITES

- Mauvaise estimation des réels besoins propres à ces évènements (structures saturées)

b. Méthodes de transport doux : les opérations du Vexin français

OBJECTIF

Deux programmes distincts ont été montés afin d'améliorer l'accès au territoire en utilisant des méthodes de transport doux : le **train direct depuis Paris vers Auvers-sur-Oise** et l'opération **Baladobus**

Améliorer l'accès à Auvers-sur-Oise en transport en commun et diffuser les flux touristiques sur le territoire depuis Cergy-Pontoise et Pontoise. L'augmentation des flux touristiques depuis Paris est également un des objectifs de ce programme, ainsi que l'augmentation de la desserte des sites touristiques encore inaccessibles jusqu'alors en transport en commun

PRINCIPE

Comme pour toutes les méthodes de transport doux, le principe reste le même : contribuer à une baisse de la fréquentation par la motorisation individuelle et rendre ainsi l'accès au territoire concerné disponible à une plus large population par l'utilisation des transports collectifs desservant les sites autrement inaccessibles par les dessertes existantes.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional du Vexin Français, villes de Cergy-Pontoise, Pontoise et Auvers-sur-Oise.

Contexte : Proximité de l'important bassin de clientèle parisien qui reste difficile à exploiter du fait du manque d'accès vers le territoire du Parc en transport en commun. Cette lacune de desserte entraîne une sous - fréquentation de certains

sites du territoire et favorise par conséquent l'utilisation de la motorisation individuelle de la part des touristes.

Acteurs impliqués :

Pour le train direct Paris / Auvers-sur-Oise, l'opération a été lancée en 2004 et est intégrée au Syndicat des transports d'Île de France en 2006 dans le réseau transilien. La communication de l'opération est assurée par le Comité régional du tourisme et représente un budget de 30 000 euros.

Concernant l'opération Baladobus, le programme a été également lancé en 2004 en partenariat avec la communauté d'agglomération de Cergy-Pontoise depuis 2005, comprenant également une contribution financière des sites et des communes desservies. Le budget de l'opération s'élève à 50 000 euros dont 40 000 euros pour le transport.

Démarche :

- Dans le cadre de l'opération du train direct Paris / Auvers-sur-Oise, voilà ce qui a été monté :
 - train direct depuis Paris Gare du Nord
 - lignes fonctionnant les dimanches et les jours fériés et ouvertes du 30 avril au 24 septembre 2006
 - tarif de 4,55 euros pour un aller simple
 - mise en place d'un accueil personnalisé en gare d'Auvers-sur-Oise

- Dans le cadre de l'opération Baladobus, les éléments du programme sont les suivants :
 - une desserte vers les principaux sites touristiques du Parc depuis les gares RER A et C de Cergy-Pontoise et Pontoise
 - lignes fonctionnant les dimanches et jours fériés, du 14 mai au 24 septembre 2006
 - mise en place d'un pass journée au tarif de 4 euros
 - accueil et accompagnement des passagers par un guide

ATOUS ET LIMITES

L'opération train direct a été primée dans le cadre du grand prix du tourisme d'Île de France en 2004 et a séduit 800 passagers en 2005, alors que l'opération baladobus a touchée 400 passagers. Les résultats sont donc encore minces, et l'on constate que la fréquentation demeure très fluctuante selon les conditions climatiques.

Le véritable atout reste bien évidemment l'ouverture du territoire au bassin de clientèle parisien qui a désormais l'opportunité de se rendre au Parc en transport collectif.

3 – Le développement d'une offre touristique spécifique en soutien à l'économie locale

C'est là l'un des cinq fondements de l'activité des Parcs Naturels Régionaux : le soutien à l'économie locale ; alors, lorsque celui-ci se fait dans un cadre de préservation de l'environnement par le développement touristique, il est évident que ces expériences gagnent à être diffusées. Celles-ci sont bien souvent, comme annoncé lors de la typologie, le fait des Parcs à faible activité touristique ou encore celui des Parcs périurbains.

a. Les estaminets – randonnée dans le Parc des Caps et Marais d'Opale

OBJECTIF

Cumuler les avantages du maintien des services en milieu rural pour la population locale, de l'amélioration de l'offre touristique, de la diffusion de la marque Parc et enfin de l'animation du territoire.

PRINCIPE

Offrir aux randonneurs une étape de qualité les renseignant sur le territoire grâce aux équipements et aux connaissances du propriétaire tout en maintenant un relais multiservice pour la population locale située au sein d'une zone rurale dévitalisée.

Cette prestation a également pour rôle de conférer au lieu une fonction de vitrine du territoire pour les utilisateurs / randonneur, et donc par extension un rôle dans la promotion de ce même espace.

Le concept des Estaminets de randonnée s'appuie sur trois axes fondamentaux :

- l'image de relais multiservices
- l'image de l'authenticité et de convivialité
- l'image de vitrine du territoire

Les Estaminets – Randonnée sont de véritables points d'informations pour les randonneurs et les touristes. L'importance de la documentation fournie sert évidemment ces excursionnistes en renseignements pratiques, mais a également pour rôle de faire découvrir plus en profondeur le territoire parcouru.

De plus, chaque propriétaire d'Estaminet – Randonnée apporte et partage sa connaissance de la randonnée ; il devient ainsi ambassadeur de son territoire et a tout intérêt à connaître le patrimoine de sa région. Ces établissements offrent à la demande des produits des terroirs et un lieu de convivialité idéal après l'effort de la randonnée.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional des Caps et Marais d'Opale

Contexte : Dans un contexte de pratique de l'activité randonnée assez développée (1500 Km de sentiers randonnée balisés), l'opportunité de servir à la fois les besoins locaux en service de proximité et d'offrir aux pratiquants un point d'accueil et un lieu d'information convivial.

Acteurs impliqués :

- Les trois Chambres de Commerce et d'Industrie de Calais, Boulogne et Saint-Omer
- Le Comité Départemental du Tourisme
- Les Comités Départementaux d'usagers de la Randonnée

ATOUS ET LIMITES

Pour le moment, il est encore difficile de voir en quoi il peut se trouver des limites à ce programme. L'opération est un réel succès (22 estaminets et 2 en attente), sert

effectivement de lien social au milieu rural (exemple des Patoisades, festival des patois parlés sur le territoire du Parc) autant que d'élément dynamiseur de l'activité randonnée. Les prestataires semblent être réellement motivés, et l'opération n'a pas encore connu de manque.

b. L'offre de Randonnée Sans Bagages dans les boucles de la Seine Normande

OBJECTIF

Augmenter et structurer l'activité randonnée sur le territoire du Parc des Boucles de la Seine Normande.

PRINCIPE

Offrir aux amateurs de randonnée la possibilité de découvrir le territoire en empruntant des voies conçues pour l'activité, sans avoir le souci du transport de bagages sur les plusieurs jours en associant les prestataires au projet. Le produit comprend ainsi une offre globale, prenant en compte l'hébergement, la restauration et le transfert des bagages.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine Normande

Contexte : Le territoire et l'existence d'un réseau déjà adapté constituent ensemble un excellent support à l'activité randonnée à vélo étant donné la relative platitude du terrain parcouru (condition nécessaire afin de toucher un large public). De même, la présence d'une clientèle étrangère représentait un atout pour la mise place d'un tel produit. C'est à partir de ce constat que France Randonnée s'est

intéressé au Parc des Boucles de la Seine Normande afin d'y développer ces produits.

Acteurs impliqués : PNR des Boucles de la Seine Normande, France Randonnée et les prestataires concernés.

Démarche

Le travail a déjà été entrepris à l'origine avec la Région, mais sans agrément, il était impossible d'avancer. Des contacts ont ensuite été pris avec France Randonnée pour développer de grandes randonnées. Le support « vélo » semblait le plus approprié et le plus intéressant à exploiter étant donné la longueur des parcours sélectionnés (trop de kilomètres et donc moins adapté aux randonnées pédestres), d'autant plus qu'un grand axe de *véloroute* était en place (Rouen – le Havre).

Les parcours empruntent donc les itinéraires des chemins de halage le long de la Seine afin de garantir un parcours plat aux randonneurs, puis en sortent par endroits pour gagner l'intérieur des terres. La gamme des randonnées est composée de 2 produits de 3 jours marqués Parc et un tour du Parc en une semaine.

La difficulté à ce niveau se situait par rapport au statut des berges de la Seine (les parcours de la randonnée sans bagage suivent le plus possible les berges de la Seine): les ports de Rouen et du Havre ont des emprises importantes sur les chemins de halage, et au-delà, de nombreux particuliers étendent leur domaine sur les chemins dans les terres.

Depuis 2002 l'Association Tourisme du Parc a donc créé un partenariat avec l'agence de voyages « France Randonnée » pour la vente des produits touristiques. La création en 2002 des produits vélo sur 3 à 7 jours (avec la demi-pension en hôtel ou chambre d'hôte et le transport des bagages) s'est élargie en 2003 par la proposition des produits touristiques à pied (Rando Réveillon en décembre et des forfaits sur 3 jours). L'objectif est de renforcer la promotion à l'étranger (Belgique, Pays-Bas, Italie), de les diversifier (abbayes, randonnée équestre...) et de les adapter à la demande. Plusieurs groupes sont venus avec des demandes spécifiques et c'est grâce au partenariat lié avec « l'Association des Baronnie » qu'il est possible

encadrer ces groupes à pied avec des guidages personnalisés autour du patrimoine.

Pour les circuits vélo proposés sur le territoire du Parc et sur des produits mixtes avec la Côte d'Albâtre, 105 clients sont partis de Caudebec-en-Caux, ce qui correspond à environ 150 journées de vélo sur la Vallée de la Seine (chiffres de 2004). Pour l'ensemble des produits vélo proposés par « France Randonnée » en Normandie, c'est le produit mixte avec la côte d'Albâtre qui se vend le mieux. C'est notamment au partenariat pour la location des vélos que se font autant de départs à Caudebec-en-Caux.

Le Parc se charge du relationnel avec les prestataires, qui assurent l'hébergement, la restauration et le transfert des bagages jusqu'à la prochaine étape. La mission du Parc est alors de rechercher les entreprises volontaires et dynamiques, capables de garantir ces prestations et d'offrir un abri vélo pour la nuit, ainsi qu'un prestataire dédié au transport des vélos au départ et à leur réparation... et France Randonnée est en charge des réservations

ATOUS ET LIMITES

À présent, France Randonnée s'oriente plus vers d'autres régions étant donné que le produit s'est avéré concluant, et délaisse le Parc des Boucles de la Seine... La limite réside effectivement dans la trop grande dépendance dans ce partenariat à France Randonnée. L'association développe à présent de nouveaux produits pour le Parc à destination de la Belgique, mais présentant pour le moment peu de résultats.

Le concept semble donc fonctionner (exemple du succès de l'opération dans les Vosges du Nord auparavant) mais la trop grande dépendance à la gestion de la demande et du partenariat demande d'y prêter plus d'attention.

Le développement de nouvelles offres en randonnée pédestre, comme « rando réveillon », du 25 au 31 décembre, semble avoir très bien fonctionné ces deux

dernières années. La demande est donc bien présente sur le territoire, et les produits « mixtes » semblent être également bien appréciés par la clientèle (vallée de la Seine et intérieur) : l'offre doit donc réussir à se structurer sans l'appui de France Randonnée, ou tout du moins de manière plus autonome.

c. Les Grandes Traversées du Vercors

OBJECTIF

Tisser, autour d'un produit de découverte itinérante sportive du territoire, des liens avec les différents acteurs touristiques de l'espace afin de structurer un réseau de prestataires unis par une même motivation autour d'un même produit, qualifiant par ce biais toute une chaîne d'acteurs.

PRINCIPE

Le Vercors étant, quelle que soit la saison, un lieu propice à toutes les formes de randonnée (pédestre, équestre, accompagnée d'une mule, VTT, raquettes ou ski), le principe des Grandes Traversées du Vercors est de faire découvrir aux randonneurs le massif grâce à plusieurs itinéraires. Cette offre a pour intérêt essentiel de permettre en amont la création de tout un réseau d'hébergeurs, restaurateurs, accompagnateurs, magasins de sport ... de se structurer autour de ces itinéraires grâce à la clientèle drainée par les différentes formules proposées pour effectuer les différentes traversées proposées.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional du Vercors

Contexte : Compte tenu de l'excellent support aux randonnées que représente le massif du Vercors, de par ses nombreuses forêts, plateaux, crêtes et l'omniprésence de la nature ainsi que d'un nombre de prestataires touristiques conséquent (hébergeurs, agences de voyage spécialisée, accompagnateurs de randonnée pédestre, VTT et équestres, école de skis, âniers, muletiers, mushers, taxis et magasins de sport), sur ce territoire, l'idée a rapidement germée, d'autant plus que la destination était déjà identifiée en tant que telle par les randonneurs.

Acteurs impliqués : Association des professionnels des Grandes Traversées du Vercors, l'ensemble des acteurs cités auparavant (ce qui représente plus de soixante-dix professionnels dans le réseau), le PNR Vercors, les OTSI du territoire concerné,. Partenaires financiers : MEDD, CG 24, CG 38, la DIACT et le CR Rhône-Alpes.

Démarche :

Création de différents itinéraires parcourant l'ensemble du massif :

- A VTT ou à cheval : de St-Nizier-du-Moucherotte à Die
- A pied : Le grand tour du Vercors, opérationnel en 2007 qui pourra s'effectuer sur 18 jours ou par boucles de quelques jours. Pour le moment, les parcours de la GTV VTT sont accessibles par tronçons pour les randonneurs pédestres.

- La GTV Nordique : plus de 800 kilomètres de pistes de ski nordique parfaitement balisées et entretenues, ainsi que 400 kilomètres de sentiers raquettes. Il y a sur ces offres la possibilité de se faire accompagner par des professionnels, ainsi que de mixer les supports : ski de fond, raquettes ou ski nordique

A partir de ces différents parcours créés ont été créées des formules pour tous afin de structurer convenablement l'offre et de produire ainsi un effet de gamme :

- Formule « tout compris en liberté » : périple effectué selon un parcours établi en relation avec l'une des agences du Vercors qui se chargera des réservations d'hébergements et de demi-pension ainsi que du transport des personnes voire des bagages le cas échéant
- Formule « tout compris accompagnée » : même prestation que la précédente formule mais comprenant en plus de cela un professionnel de la montagne guidant et expliquant le milieu aux randonneurs
- Formules « accompagnées » : en toute saison, le temps d'une journée ou sur la totalité de la randonnée, sorties à thèmes guidées par des professionnels : naturalistes, observations botaniques, macrotopographie, randonnée et remise en forme, balades gourmandes, archéo-randonnées, randonnée avec ânes et mules ...
- Formules en autonomie : randonnée en complète autonomie, comme son nom l'indique, nécessitant évidemment de savoir maîtrisée quelques outils tels que le GPS ou la boussole.

Pour parachever l'ensemble de l'offre, est venu se greffer sur ces itinéraires le réseau des hébergeurs et restaurateurs des GTV, assurant les étapes des randonneurs sur le territoire. Ainsi, gîtes, hôtels, auberges, refuges, campings et chambres d'hôtes constituent la diversité des hébergeurs des GTV et offrent des prestations à tous niveaux d'équipement et de tarif. Le Parc effectue un travail de qualification parmi ces hébergeurs afin de les faire bénéficier de la Marque « Parc », offrant ainsi aux

visiteurs un accueil personnalisé et chaleureux, des conseils sur les itinéraires, les produits du terroir...

ATOUS ET LIMITES

L'immense avantage des GTV est bien évidemment de fédérer tout un ensemble d'acteur et de les souder autour de la découverte de leur propre patrimoine, ce qui a ainsi pour effet de renforcer leur appropriation du territoire et surtout leur fait contribuer à sa protection étant donné leur dépendance au support.

C'est également un excellent support à l'évènementiel et aux manifestations sportives ; sa seule limite pour le moment reste encore sa non finalisation (certains parcours restent encore à clore).

d. Le train touristique du Livradois-Forez

PRINCIPE

Regrouper autour de la ligne ferroviaire du Livradois-Forez la plupart des acteurs locaux afin de structurer une offre à partir de différentes facettes :

- Des économies d'énergies et une diminution de l'effet de serre et de la pollution de l'air grâce au développement du transport par rail ;

- Un projet ambitieux de développement touristique ferroviaire grâce à une ouverture du réseau Livradois-Forez sur le bassin rhodanien ;
- La valorisation de la forêt et des produits connexes de la première transformation

Ce projet se veut très innovant dans la mesure où il comprend, à partir d'un seul support, une grande partie des acteurs, engagés dans un partenariat public-privé d'importance, et recoupe ainsi plusieurs filières : les transports, le tourisme, l'environnemental, l'économique... L'approche très transversale de ce programme permet de faire la charnière entre les méthodes de circulation douces et la création d'une offre touristique particulière (axes de la Charte) tout en impulsant une dynamique économique liée à la ressource locale (filière bois).

APPLICATION / OBJETCTIF

Ce programme se tient dans le cadre **du pôle d'excellence rural du Livradois-Forez** accepté en août dernier, en réaction au processus de déclin démographique, économique et social que connaissait cette région du Massif Central. L'objectif était de redynamiser le territoire par différents biais :

- le développement de l'axe stratégique de la voie ferrée
- une meilleure valorisation du massif forestier
- l'amélioration de la qualité des paysages
- le développement d'une énergie renouvelable : le bois
- une création d'emplois

Bien que l'axe tourisme ne soit ni fondamental ni central au sein de ce programme, son utilisation par le biais du support existant est très notable car son développement utilise un équipement structurant du territoire et permet par là même de conforter l'activité économique, apportant donc, en plus de l'utilisation de transport qui en est faite, une diversification appréciable de l'activité.

EXPÉRIENCE

Site : Le Parc Naturel de Livradois-Forez

Contexte : Le territoire du Parc est composé de deux massifs montagneux parallèles situés entre la Loire et l'Allier tous deux orientés Nord / Sud, se rejoignant en Haute-Loire.

Une vallée sépare ces deux Massifs, la Vallée de la Dore, constituant l'axe principal de circulation Nord / Sud du territoire. Le Paris-Lyon-Méditerranée a permis la construction au début du siècle d'une voie ferrée desservant un axe Vichy –/ Le Puy-en-Velay, entre l'axe de la vallée du Rhône et celui de l'Allier. Et axe a été peu à peu délaissé par la SNCF d'abord par la suppression du trafic voyageurs au cours des années 1970 puis du trafic marchandise dans la décennie suivante. Cette ligne parcourait des endroits non desservis par la route et autorisait donc la découverte de zones pittoresque (les gorges de Sauviat ou de la Dore).

C'est à partir de cette époque qu'une association locale (AGRIVAP) s'est rendue acquéreur d'un premier autorail à des fins d'exploitation touristique (1985). Dans un second temps, un SIVU « ligne ferroviaire » a été constitué, regroupant les 21 communes riveraines de la ligne, et s'est rendue propriétaire de tronçons de la ligne déclassés par la SNCF, y a aménagé les rails pour les rendre de nouveau utiles et pouvoir rouvrir la circulation aux trains.

Le SIVU a confié à ce jour l'exploitation de la ligne ferroviaire à AGRIVAP qui y mène donc deux activités complémentaires :

A - une activité touristique de plusieurs ordres sur le territoire du Parc :

- Des circulations à horaires réguliers pendant la période estivale,
- Des voyages de groupes à la demande toute l'année

B – une activité régulière de fret sur le réseau national

Acteurs impliqués : PNR Livradois-Forez, AGRIVAP, SIVU « ligne ferroviaire », collectivités locales impliquées le long de la ligne

Présentation : Plusieurs évolutions importantes sont en cours et vont permettre le développement d'un programme ambitieux ; en effet, la fin du monopole de la SNCF sur le transport de fret ferroviaire permet dès lors d'accepter le déclassement de lignes jusque-là encore propriétés de la RFF. Ensuite, le rachat par les collectivités

locales d'un tronçon permet à présent l'ouverture touristique sur la région Rhône-Alpes.

Le projet touristique devient alors un projet structurant et non plus artisanal (de 15 000 visiteurs auparavant à 150 000 visiteurs espérés selon l'attribution l'étude du projet du cabinet professionnel Grévin Développement) attirant des clientèles extérieures à la région sur un concept de croisières ludiques et pédagogiques. L'expérience de 20 ans d'exploitation du train du Livradois-Forez démontre l'intérêt de la complémentarité entre l'activité touristique et le fret (et au-delà, entre le tourisme et l'activité locale coutumière), pour assurer la viabilité économique de la ligne ferroviaire.

Les perspectives de développement de l'activité du fret sont donc importantes sur la voie ferrée ainsi que dans le domaine du bois-énergie, car la valorisation du massif se fera également par l'utilisation du rail.

Développer l'axe stratégique de la voie

L'axe ferroviaire de la Vallée de la Dore a donc une importance stratégique pour l'avenir du Livradois-Forez grâce à sa connexion au réseau national et sa jonction vers la Région Rhône-Alpes. Il est bien évident qu'au-delà de l'activité touristique, la priorité est au développement du transport de bois-énergie par rail, ainsi que celui de l'ensemble du transport de fret par rail, complémentarité indispensable pour conforter et rentabiliser les équipements.

À partir de ce constat, il est alors possible d'y surajouter l'importance du tourisme : la viabilité économique de la ligne ferroviaire doit être confortée par son développement touristique complémentaire, également essentiel pour rentabiliser son fonctionnement.

Ainsi, l'utilisation à terme de la structure existante devrait permettre la mise en place de navettes pour le transport de personnes, en particulier dans le cadre des plans de déplacement d'entreprises (PDE) ou d'administrations (PDA) en raison de l'existence de quelques établissements importants dans la vallée de la Dore (usine de SANOFI-AVENTIS, 650 salariés). Le flux est donc suffisant pour effectuer également sur cette ligne une desserte passager.

Permettre l'acheminement des produits bois-énergie

Actuellement, une seule entreprise utilise le transport ferroviaire dans le Parc, dans le cadre de l'acheminement bois-énergie (utilisant l'acheminement de produits de papeteries d'une usine voisine). Les déchets de bois nécessaires à l'approvisionnement de la chaufferie envisagée par les Papeteries pourraient être acheminés par voie ferrée. Le développement du fret ferroviaire est donc un objectif à long terme, nécessaire pour conforter la ligne ferroviaire en rentabilisant au mieux les investissements et la maintenance.

Améliorer la qualité paysagère :

Par ailleurs, la valorisation des sous-produits de l'exploitation forestière devrait par ailleurs contribuer à améliorer sensiblement la qualité des paysages en Livradois-Forez, en poussant à la suppression de la pratique de l'andainage dans les coupes. En ce sens, ce projet pourrait inciter à une évolution des aides régionales vers une plus grande valorisation des sous-produits de la forêt.

Valoriser le massif forestier :

Il est récolté actuellement en Livradois-Forez moins de 50 % de l'accroissement annuel de la forêt. Il est donc nécessaire de développer l'utilisation de la ressource en valorisation les sous-produits de la forêt et les produits connexes des scieries par le développement d'une filière bois-énergie, et ce par le développement significatif de la demande en raison de l'installation de grosses chaufferies industrielles et de projets de collectivités (mise en place de chaudières à bois, création de réseau de chaleur).

Création d'emplois

Le projet, par la création de nouvelles activités, a également un objectif en termes d'emplois du fait de l'opportunité créée par ces nouveaux enjeux. Le seul développement de la filière énergie-bois devrait générer environ 50 emplois directs nouveaux (si l'on se réfère au ratio utilisé de 3 000 tonnes / an de biocombustible correspondant à l'équivalent de 2 emplois plein temps (source : ADHUME).

À cela il convient d'ajouter tous les emplois indirects ou induits qui seraient créés dans d'autres secteurs, et principalement le tourisme. En effet, grâce à un meilleur équilibre économique de l'exploitation ferroviaire, l'importance du

touristique verra vraisemblablement augmenter le nombre d'emplois liées au secteur, et la pluriactivité liée à l'exploitation et aux travaux forestiers se verra, elle, confortée chez les agriculteurs.

Démarche : A la suite des propositions du cabinet Grévin Développement (Cabinet professionnel de développement touristique) une mission de 18 mois a été mise en place par la région Auvergne auprès du CRDTA pour mettre au point la faisabilité technique, économique et juridique du projet touristique.

Ce projet a conduit les collectivités à s'engager dans l'unification de la propriété de la totalité de la ligne (dont le déclassement de RFF) en créant un syndicat mixte commun à l'ensemble des collectivités concernées, ainsi qu'à unifier l'exploitation ferroviaire. Celle-ci est aujourd'hui partagée entre deux opérateurs : AGRIVAP et l'association des Chemins de Fer du Haut-Forez.

Ce projet de « pôle d'excellence rurale » s'inscrit dans une dynamique territoriale en **cohérence forte** avec la **Charte du Parc** (objectifs 2 et 3 : gestion de l'espace et de l'environnement du territoire ; développement économique, social et culturel) ainsi qu'avec le programme **LEADER +** du Parc. L'enveloppe complémentaire de 2005 (50 000 euros) sera utilisée pour financer les études ou les expertises préalables aux opérations.

La mobilisation de **tous les partenaires** autour du projet touristique le long de la voie ferrée est également signe d'une forte cohérence et a été nécessaire, de même que l'utilisation du **contrat ATEnEE** et la mission « énergie » lancée en Livradois-Forez mobilisant tous les partenaires sur la définition de la stratégie énergétique commune et durable pour le territoire.

Le travail en bonne complémentarité entre public privé est donc nécessaire, et effective par l'existence du réseau « CAP'ACTIF » , un partenariat public-privé d'accueil et d'accompagnement des porteurs de projets en Livradois-Forez.

ATOUS ET LIMITES :

•ATOUS

- Complémentarité de l'ensemble des secteurs d'activité (transport, bois-énergie, tourisme) pour la viabilité du projet
- Mise en réseau des partenaires sur ces différents axes
- Ouverture du territoire sur de nouveaux espaces
- Création d'emplois
- Action positive sur la qualité des paysages
- Projet structurant appelant à être support à de nouveaux produits (projet de cité ferroviaire pour élargir l'offre touristique)

• LIMITES

- Programme à long terme, donc travail à effectuer sans résultats intermédiaires.
- Pas d'expériences similaires sur lesquelles effectuer des comparaisons.

4. Amélioration de la qualité de vie et appropriation territoriale par les habitants des espaces protégés

Bien que n'étant pas directement produite en direction des habitants des Parcs ou des espaces protégés, il est malgré tout légitime de s'interroger sur le rôle de la Charte Européenne quant à la sensibilisation et à l'appropriation du patrimoine par les résidents de ces espaces. Il est évident que le rôle de la population locale dans le tourisme, même s'il n'est pas premier, n'est pas non plus à négliger étant donné les rôles d'ambassadeurs et de faire-valoir patrimonial des espaces qu'ils occupent. En effet, qui mieux que les habitants de la destination choisie serait à même de promouvoir l'espace visité ? Quelle meilleure image pour un Parc qu'une population connaissant et partageant son territoire ?

De même, l'acceptation du tourisme par ces habitants n'est pas toujours évidente ; c'est là le contrepoint exact du rôle que l'on souhaite de la population locale : une masse hostile au tourisme car mal préparée ou mal éduquée au phénomène, soucieuse à l'idée de se faire « déposséder » par des « étrangers » au territoire. D'où un rôle qui se pourrait essentiel de la CETD dans ces cas-là. D'autant que suivant les préceptes de la Charte, le tourisme prôné se pratique au bénéfice de la population locale, d'où le fort intérêt à ce que celle-ci l'accepte et s'approprie son territoire.

Étant donné la relative jeunesse de l'application de la Charte dans les territoires, quelques Parcs estiment que la priorité n'est pas là et que ce rôle n'est pas essentiel, qu'il est plus proche du travail du Parc que du devoir de la Charte. C'est donc une préoccupation jugée périphérique (Pilat, Livradois-Forez). Par ailleurs, la mesure de cette sensibilisation au territoire est également jugée très aléatoire (pas d'instrument clair).

En revanche, il y a dans certains Parcs un retour positif quant à la sensibilisation des habitants à leur patrimoine et à l'intérêt qu'ils lui portent, principalement dus aux aménagements paysagers entrepris dans ces Parcs ; ce n'est en revanche pas le fait de la Charte. Ces aménagements ont souvent entrepris de longues dates et ne reflètent en rien l'adhésion à une démarche touristique durable (Boucles de la Seine Normande). De même, on constate que la sympathie

des habitants va beaucoup plus au Parc¹, étant donné que le territoire est déjà personnifié comme « PNR », qu'à un territoire offrant un support durable à l'activité touristique (Luberon). L'estime des habitants étant marquée par les actions du Parc, il est probable qu'avec la mise en application des Volets 2 et 3, celle-ci s'inverse et que la sensibilisation du public soit dès lors plus probante aux vues des actions menées.

Ensuite, on constate une particularité dans les Parcs de type périurbain, où les préoccupations sont différentes : les habitants de la Région du Parc sont les premiers concernés par le tourisme étant les premiers touristes de ces Parcs, marqués par l'excursionisme et le tourisme de proximité. C'est pourquoi les efforts sont portés en leur direction pour conserver cette clientèle en pratiquant un tourisme accessible. Les résidents s'approprient de ce fait la culture et le patrimoine de leur région. Le Volet social de cette action est également prépondérant : de nombreux jeunes manifestant leur envie de quitter la région auront d'autant plus la volonté d'y rester si ils y sont attachés et y ont intérêt à développer leurs activités. Ce sont également eux les premiers bénéficiaires de l'offre de loisirs.

Le tourisme doit donc leur être bénéfique, c'est pourquoi celui-ci est destiné dans ces cas-là à la réappropriation du patrimoine (« les méthodes d'interprétations », très utilisées par les scolaires et potentiellement transférable au tourisme). On constate d'autre part dans ces Parcs le succès rencontré par les livrets pédagogiques sur la valorisation du patrimoine, prouvant par là même le regain d'intérêt de la population locale pour son territoire (Avesnois, Scarpe-Escaut) dans ces régions.

La communication à faire en direction du public résident est également importante sur la sensibilisation au tourisme, la plupart des Parcs diffusant à leur destination des publications sur les événements et les découvertes du terroir sans jamais s'inquiéter de la perception du tourisme par ceux-ci, un manque de communication est perceptible à ce niveau. Quelques Parcs entreprennent cependant des enquêtes à destination des résidents (Vercors) afin de connaître leur perception du tourisme sur leur territoire (Caps et Marais d'Opale).

¹ *Enquête nationale auprès des habitants des PNR*, Institut Louis Harris, 2000.

La problématique de l'appropriation de la région par ses habitants reste donc très inégalement traitée, principalement du fait des priorités différentes des Parcs selon leur « rôle » touristique. Ce sont principalement les Parcs périurbains qui s'avèrent sensibles à cette question étant donné la place qu'y occupent les « intras-parc » dans le tourisme.

a. Enquête de perception du tourisme durable auprès des habitants du Parc en Cap et Marais d'Opale

OBJECTIF

Mesurer l'appropriation du territoire par les habitants du Parc et évaluer la perception que ceux-ci ont du tourisme

PRINCIPE

Diffuser, par le biais du « *Journal de l'été* », le journal du Parc à destination de ses habitants, un questionnaire, élaboré par Protourisme, afin d'élaborer par la suite une stratégie adaptée aux résultats.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional des Caps et Marais d'Opale

Contexte : Implication du Parc au plus près de ses habitants dans l'élaboration de la stratégie touristique.

Acteurs impliqués : Le Parc et le cabinet Protourisme

Démarche :

La démarche en elle-même n'est pas le point le plus intéressant ; le questionnaire, lui, revêt un intérêt stratégique. Voilà donc son contenu :

- 1) Dans quelle commune résidez-vous ?

- 2) Vous êtes résident :
 - Permanent
 - Secondaire dans cette commune.

- 3) Depuis combien de temps habitez-vous votre commune ?

- 4) Quels sont les mots ou adjectifs qui vous viennent immédiatement à l'esprit pour qualifier le territoire du Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale ?

- 5) Pratiquez-vous une ou plusieurs des activités sportives suivantes sur le territoire du Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale ?
(régulièrement, à l'occasion, jamais)
 - Randonnée / promenade
 - Cyclotourisme / VTT
 - Loisirs nautiques / Tourisme fluvial
 - Loisirs équestres
 - Découverte faune / flore accompagnée
 - Autres (précisez)

- 6) Pratiquez-vous une ou plusieurs des activités suivantes sur le territoire du Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale ?
(régulièrement, à l'occasion, jamais)
 - Visite de sites culturels
 - Visite d'ateliers d'artisans
 - Participation à des fêtes / festivals
 - Dégustation / achat de produits régionaux
 - Sorties au restaurant
 - Autres (précisez).....

- 7) Avez-vous déjà visité un ou plusieurs des sites suivants ?
 - La Maison du marbre
 - La Maison Transmanche
 - La Maison du Papier
 - La Maison du Romelaëre (Grange Nature)
 - Nausicaa
 - La Maison de la Faiënce
 - Le musée de la seconde guerre mondiale
 - Le musée de l'hôtel Sandelin
 - Un musée de la seconde guerre mondiale

- 8) Concernant les prestations culturelles et de loisirs disponibles sur le Parc des Caps et Marais d'Opale, pouvez-vous nous donner votre opinion sur les points suivants ? (très, plutôt, peu, pas du tout satisfaisant, ne sais pas)
 - Accès à l'information
 - Qualité de l'information
 - Signalisation des sites et des équipements
 - Accès aux sites et aux équipements
 - Equipements sportifs et de loisirs
 - Sites culturels
 - Commerces et services

- Restaurants
 - Animations locales
 - Opinion générale
- 9) A votre domicile, recevez-vous de la famille ou des amis ? (régulièrement, à l'occasion, jamais)
- 10) Si oui, leur faites-vous découvrir le Parc des Caps et Marais d'Opale ?
- 11) Si oui, comment ?
- 12) Si non, pourquoi ?
- 13) Quels sont les moyens d'information qui vous permettent de connaître les activités de loisirs proposées sur le Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale ?
- Recommandation / bouche-à-oreille
 - Office de tourisme
 - Maisons du parc
 - Presse locale
 - Autres médias (radio, TV...)
 - Journal des habitants du Parc
 - Guides ou brochures
 - Associations locales
 - Autres...
- 14) Quelles sont les activités culturelles, sportives ou de loisirs que vous aimeriez voir développer sur le territoire du Parc ?
- 15) Qu'est-ce qui vous séduit le plus sur le Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale ?
- 16) Qu'est-ce qui vous déçoit le plus sur le Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale ?
- 17) Pensez-vous que le tourisme ait un impact :
- très positif
 - plutôt positif
 - plutôt négatif
 - très négatif....sur le territoire du Parc.
- 18) Selon vous, indiquez si le tourisme influe de façon positive ou négative sur les domaines suivants :
- | | | |
|--|---------|---------|
| - l'économie (commerce, hôtels, restaurants) | Positif | Négatif |
| - l'emploi | | |
| - les paysages | | |
| - la nature, l'environnement | | |
| - l'animation | | |
| - Autre | | |

- 19) Pensez-vous que l'accueil des touristes sur le territoire du Parc est : très, plutôt, peu, pas du tout satisfaisant.
- 20) Pourquoi ?
- 21) Quels seraient les points à améliorer ?
- 22) Quel est votre âge ?
- 23) Quel est votre sexe ?
- 24) Quelle est votre profession ?

ATOUS ET LIMITES

Les atouts d'une telle démarche résident bien entendu la possibilité d'une grande diffusion du questionnaire (sur tout le territoire du Parc) et donc d'un bon retour (ce qui fut le cas) afin d'estimer au mieux la perception du Parc et du tourisme au sein de celui-ci par les populations résidentes.

La seule réserve à émettre sera le traitement de ces informations faite ultérieurement : dans quelles mesures celles-ci seront utilisées ? Cela reste la seule inconnue d'une excellente démarche.

b. Les méthodes d'interprétation paysagères et patrimoniales en Avesnois

OBJECTIF

Valoriser auprès des habitants du Parc le patrimoine spécifique du Parc et de la région. La démarche a également pour objectif de contribuer à la réappropriation du territoire par ses occupants afin de les attacher à celui-ci et contribuer à en faire des ambassadeurs à l'extérieur. Cette appropriation peut également servir à limiter la fuite des populations jeunes vers l'extérieur du territoire.

PRINCIPE

Intéresser les habitants (ainsi que les visiteurs) du Parc au patrimoine spécifique de l'espace protégé (naturel, paysager, bâti) en créant des *sentiers d'interprétations* permettant à chacun des promeneurs de comprendre certains aspects spécifiques du patrimoine exposés le long de ces sentiers à thèmes.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional de l'Avesnois

Contexte : Méconnaissance voire dépréciation de la part de la population locale de son patrimoine particulier et fuite de celle-ci vers les centres urbains extérieurs. Les particularités locales s'oublient ainsi peu à peu par ces mêmes habitants.

Acteurs impliqués : Toujours le PNR de l'Avesnois, mais avec des partenaires souvent différents selon les sentiers (selon leur localisation et leur thématique) : Conseil général du Nord, Région Nord-Pas-de-Calais, Nord Nature Bavaisis, DIREN Nord-Pas-de-Calais,

Démarche

Création de sentiers spécifiques au patrimoine traversé, accompagné d'un guide explicatif permettant l'interprétation du milieu traversé.

On trouve donc parmi ces sentiers :

- Le sentier de la pierre bleue, jalonné de 17 bornes en pierre bleue permettant de découvrir le patrimoine architectural en lien avec l'environnement et l'histoire locale. Le guide fourni complète l'approche de la pierre bleue tout au long du circuit proposé.
- Le jardin au naturel, faisant découvrir les plantes et les animaux peuplant les différents milieux composant le jardin naturel de Gussignies. Le circuit le traversant s'étend sur 500 mètres et peut être emprunté par tout le monde.
- Le sentier du patrimoine de Hon-Hergies, lui, s'étend sur 2 kilomètres. Il est ponctué de neuf bornes en pierre bleue. Chaque station dévoile les spécificités du patrimoine parcouru : le savoir-faire du tailleur de pierre, l'utilisation de l'énergie de la rivière, les ressources de la haie...
- Les oiseaux du Val Joly, circuit ornithologique composé d'une boucle de 4 km au départ de la maison du Val Joly. Le tracé, jalonné de 13 stations d'informations, permet de partir à la rencontre de 12 espèces d'oiseaux au sein de différents milieux naturels. Le fascicule diffusé pour ce sentier de découverte permet d'approfondir par le jeu les connaissances sur les thèmes abordés au cours du circuit. 3 H sont nécessaires pour effectuer le circuit.
- Les kiosques à musiques, kiosques à danser : circuits conçus avec la précieuse collaboration des « cyclotouristes du Bavaisis », pouvant s'effectuer aisément en famille en 3 ou 4 heures. Les parcours sont au nombre de 3 :
 - un premier en Thiérache offrant des paysages légèrement vallonnés au cœur du bocage de l'Avesnois (dans le secteur de l'abbaye de Maroilles
 - un second, au Nord de l'Helpe majeure, en vallées bocagères
 - un troisième en Fagne de Solre, au relief marqué et fortement boisé

ATOUTS ET LIMITES

Il est évident que la méthode de *sentier d'interprétation* n'est pas révolutionnaire, mais elle constitue un moyen simple et efficace de (ré)appropriation patrimoniale pour les habitants du territoire autant qu'un instrument de découverte pour les visiteurs extérieurs. D'autant plus que la démarche est facilement transférable et

renouvelable pour les autres territoires, bien que le contexte soit ici différent (ancien bassin ouvrier ayant périclité, à présent dévalué). Ses limites sont peut-être liées à la simplicité du concept : aucune mesure n'est possible sur la réussite de ces sentiers et le degré de satisfaction de ses utilisateurs.

c. Réglementation de l'affichage associatif

OBJECTIF

Contribuer à la conservation de la qualité paysagère par le biais de l'amélioration de la gestion de l'affichage.

PRINCIPE

Intégrer l'affichage des manifestations dans le respect du cadre paysager, ce qui permet ainsi à la fois de diffuser l'information souhaitée, de respecter l'intégrité paysagère des lieux et de contribuer à une meilleure perception de la manifestation par la population riveraine.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional du Pilat

Contexte : L'application stricte de la loi conduit à l'interdiction de toute forme de publicité, y compris celle qui concerne les « fêtes locales », hors de emplacements réservés à cet effet.

Toutefois, pour soutenir la vitalité des associations essentielles à la vie et à l'animation locale, la commission locale de signalisation, instituée au niveau du Parc du Pilat a pu assouplir cette application dans le cadre d'un processus concerté.

Les dispositions exposées ci après sont donc prises pour permettre l'annonce des manifestations temporaires de manière efficace, sans pour autant porter atteinte aux paysages du Parc.

Démarche : Il sera exposé ici les préconisation faite par la commission locale de signalisation du Parc du Pilat.

Ce qu'il faut faire :

Informé le Maire du village où l'affichage va être réalisé

Ce qu'il est permis de faire :

- Utiliser jusqu'à 10 pancartes disposer sur le bas-côté, uniquement à l'intérieur des agglomérations, sur des supports autonomes, sans occasionner de gêne pour les piétons ni de dégradation du domaine public
- Cet affichage devra être limité aux communes du canton dans lequel la manifestation se déroule et aux communes limitrophes de la commune dans laquelle la manifestation se déroule
- L'installation peut se faire au plus tôt deux semaines avant la date de la manifestation
- Le démontage doit se faire au plus tard dans la semaine qui suit la manifestation
- Ces pancartes peuvent avoir une dimension maximale de 0,80cm x 0,60cm
- Les banderoles ne pourront être installées que dans les agglomérations avec l'autorisation du Maire ; elles doivent être fixées au plus bas à six mètres du sol

Ce qu'il est interdit de faire :

- Utiliser comme support d'affichage les panneaux de signalisation routière et les équipements routiers, les arbres, les poteaux EDF ou téléphoniques, les cabines téléphoniques, les abribus et les conteneurs de tri sélectifs
- Poser les pancartes dans des endroits où elles gêneraient la visibilité ainsi que dans des secteurs dangereux comme les carrefours et les virages
- Accrocher les banderoles sur les ponts
- Peindre des inscriptions sur la chaussée

ATOUTS ET LIMITES

Difficile de trouver des limites sur une démarche telle que celle-ci... Il convient malgré tout de souligner l'intérêt de telles règles étant donné les tares paysagères que constituent généralement les affichages.

d. Fondation pour le Parc dans les Vosges du Nord

OBJECTIF

Responsabiliser les entreprises dans le rôle qu'elles ont à jouer dans la sauvegarde du patrimoine et le maintien de l'activité touristique sur le territoire du Parc par le biais d'une contribution financière volontaire. Les objectifs se déclinent en trois champs d'action (extrait de la convention) :

- **Promouvoir la sauvegarde et la mise en valeur du patrimoine de proximité**, celui-là même qui fait la richesse de la mémoire locale, en identifiant les édifices et sites menacés de dégradation ou de disparition et en sensibilisant les acteurs locaux à la nécessité de leur restauration ;
- **Participer financièrement aux actions contribuant à la sauvegarde du patrimoine de proximité**, en mobilisant les outils financiers nouveaux, existants ou à créer. La présente convention servira de cadre à l'expérimentation de nouvelles modalités de financement de la restauration ou de l'entretien des patrimoines du Parc.

Par exemple, la Fondation du Patrimoine peut octroyer son *label* à certains projets, ce qui, sous certaines conditions, peut entraîner des avantages fiscaux pour les propriétaires privés entreprenant des travaux de restauration. Les collectivités territoriales et associations peuvent également bénéficier de *subventions* dont le financement sera assuré par un *fonds d'intervention pour le patrimoine du Parc*.

- **Transmettre les savoir-faire et favoriser la création d'emplois**. Cette mission est au cœur du projet du Parc naturel régional des Vosges du Nord et découle directement de l'engagement de la Fondation au service du patrimoine de proximité. La restauration des bâtiments fait travailler les entreprises locales et encourage la formation des jeunes, la création

d'emplois (bâtiment, tourisme, artisanat, commerce) et la transmission des métiers traditionnels.

PRINCIPE

Faire participer les entreprises présentes sur le territoire du Parc en les impliquant financièrement aux actions du Parc par le biais de la création de « La Fondation pour le Parc ». Le rôle de la Fondation dans le tourisme y est donc forcément induit.

EXPÉRIENCE

Site : Parc Naturel Régional des Vosges du Nord, aspirant à l'adhésion à la Charte Européenne du Tourisme Durable.

Contexte : Après la tempête de 1999, les restaurateurs et les hébergeurs présents sur le territoire du Parc manifestaient leur mécontentement auprès du Parc sur le manque d'entretien et de réfection de la forêt. En effet, ces derniers avaient alors clairement pris conscience de l'atout que représentait le patrimoine naturel, et sa dégradation entraînait de fait pour ces entreprises une baisse de clientèle induite par le manque d'attractivité touristique de la région après cet épisode de l'hiver 1999.

Par ailleurs, les principales sources de motivation de la venue des visiteurs sur cet espace étant pour la majorité et les plus influentes d'entre elles des atouts relevant de la responsabilité publique (châteaux, forêts ...) et les retombées servant elles essentiellement les prestataires privés, leur mise à contribution financière volontaire semblait dès lors évidente. Ainsi, l'idée d'une Fondation à destination des actions du Parc en faveur de son patrimoine s'en trouva confortée, d'autant plus que les aides publiques allaient décroissantes et que l'idée d'un développement durable et d'une participation active de tous les acteurs du tourisme au développement s'imposait. La mobilisation autour de cette Fondation a donc débuté il y a cinq ans.

Démarche

La Fondation pour le Parc a connu quelques difficultés au montage, notamment de la part de la Fondation de France qui n'avait pas saisi le principe de celle-ci. La Fondation du Patrimoine, préexistante, servait à mobiliser des fonds uniquement à destination du patrimoine bâti ; l'objectif fut donc d'étendre le domaine d'utilisation des fonds à l'ensemble du patrimoine du Parc, ne s'arrêtant évidemment pas au simple patrimoine bâti, mais touchant également l'éducation à l'environnement et toutes autres actions de valorisation de l'environnement. Une convention a donc été signée avec la Fondation du Patrimoine pour ainsi étendre l'attribution des fonds vers des objectifs permettant de :

- renforcer l'action publique et privée en faveur de la préservation et de la valorisation des patrimoines du Parc ;
- améliorer l'appropriation de ces patrimoines par les habitants, les entreprises et les collectivités du territoire ;
- expérimenter de nouveaux dispositifs de financement de l'entretien de ces patrimoines, basé sur un partenariat public – privé plus fort, dans un esprit de développement durable.

Cette Fondation était donc conçue comme un réceptacle à tous les fonds ; sa gestion est assurée par un comité de gestion tripartite comportant au moins, dans chacune des parties :

- 3 membres du syndicat mixte du Parc
- 3 membres de la Fondation du Patrimoine
- 3 membres du club des mécènes du Parc

Les contributions des particuliers arrivent donc directement dans cette caisse ; celle-ci a été mise en place en juillet 2006 grâce à la signature de la convention, établie pour 5 ans.

Un des exemples de mode de contribution à la Fondation s'exprime par l'action « Le Paysage a du Goût », action mettant en valeur l'élevage et la valorisation de la production d'Highland Cattles sur le territoire, et sur laquelle les restaurateurs versent pour chaque plat vendu un euro à la Fondation, et il en est de même pour le

partenaire de l'opération (l'eau *Celtic*). On peut également citer le mécénat fait par le club Vosgien (randonnée), qui, par la vente de son guide de randonnée, verse ensuite des royalties à la Fondation.

Le but du Parc est donc de multiplier ce genre d'actions pour alimenter leurs propres actions de valorisation du territoire. Pour le moment, la plupart des mécènes sont des restaurateurs, tous acquis sur la base du volontariat ; il n'y a pas de prospection directe faite auprès des entreprises, mais une avancée douce pour associer progressivement les entreprises aux actions du Parc afin d'améliorer l'attractivité du patrimoine pour le tourisme.

C'est ainsi pour les entreprises le seul moyen de permettre une contribution défiscalisée vers le Parc, avec une affectation des crédits plus libre que celle autorisée par la Fondation du Patrimoine, uniquement affectée au bâti. La Parc a de ce fait une autonomie d'intervention, à cela près que les mécènes sont dotés d'un quasi droit de veto sur les actions menées par le Parc quant à l'utilisation de ces fonds : c'est le principe de « voie prépondérante », assurant l'aspect éthique de la Fondation.

ATOUS ET LIMITES

Les blocages quant à la mise en place d'une telle action sont assez nombreux étant donné que celle-ci n'est pas forcément toujours comprise par les acteurs ou même encore par Fondation de France. Ainsi, le cheminement vers la mise en place de cette fondation a été long et fastidieux, c'est pourquoi les avancées se produisent encore lentement.

Autrement, il est clair que ce mode d'implication des entreprises liées à l'activité touristique reste une des contributions les plus efficaces des prestataires à l'entretien et au maintien des atouts naturels du territoire, et par là même, à la mise en place d'un partenariat visant à la soutenabilité de l'action touristique. Reste à voir si les entreprises ne tenteront pas d'orienter l'utilisation de ces fonds vers des utilisations quelques peu déviantes de leur objectif initial.

5 – Augmentation de la qualité de l'offre

Cet axe, présenté comme le premier dans la déclinaison de la stratégie touristique en programme d'actions dans la CETD, représente évidemment aux yeux du public la partie la plus visible des efforts entrepris par les gestionnaires et les prestataires. Cette démarche s'appuie souvent sur des études clientèles afin de mieux connaître les attentes et exigences en matière de qualité et d'environnement des visiteurs potentiels, afin d'atteindre la meilleure adéquation possible de l'offre et de la demande. Ainsi, selon les exigences de la Charte Européenne, « *les produits et activités touristiques devront être conçus pour des marchés clairement identifiés et en fonction de objectifs de protection* ». De même, il est nécessaire selon la CETD de rechercher « *la qualité dans tous les domaines : les espaces d'accueil, les équipements et aménagements touristiques, toutes les prestations...* » en plus d'effectuer des efforts dans la recherche de nouvelles clientèles sensibles à l'environnement.

Dans ces domaines, les actions menées par les Parcs collent en tous points avec les exigences de la CETD. Il est tout d'abord incontournable de présenter le développement des gîtes écotouristiques qui répondent à présent à une demande grandissante. Cette action, bien que peu à peu répandue, illustre bien les actuels soucis de préservations environnementales. Les Landes de Gascogne, bien que territoire encore non signataire mais vivement intéressé, en représente ainsi l'exemple parfait. Par ailleurs, pour mieux appréhender ces clientèles au profil plus « naturels », le PNR du Queyras a lui aussi mis l'accent sur une orientation typiquement environnementaliste quant aux réservations d'hébergement sur son territoire.

Enfin, la démarche IPAMAC de travail en partenariat avec les entreprises permettant aux volontaires d'entrer dans une démarche de progrès respectant les exigences de la Charte en la matière reste pour le moment la seule application du Volet 2 à l'échelle de plusieurs territoires reconnue par Europarc. Son exposé était donc inévitable.

Toutes ces actions oeuvrent donc dans le sens d'une amélioration de l'offre, et par conséquent du territoire, afin de démarquer également ces destinations pour

la clientèle en tant que destinations de qualité, ne serait-ce que du point de vue de la lisibilité, étant donné la multitude d'offre jouant à présent sur la qualité de l'environnement direct...

a. Développement d'un réseau d'hébergement écotouristique dans les Landes de Gascogne

OBJECTIF

L'objectif principal est le développement d'une forme de tourisme préservant les ressources naturelles et culturelles du territoire tout en favorisant des échanges authentiques entre population accueillie et population accueillante.

PRINCIPE

Le Parc naturel régional et le Pays des Landes de Gascogne ont fait le choix de promouvoir une filière de tourisme en cohérence avec leur Charte de développement durable.

L'écotourisme ambitionne, dans un environnement concurrentiel, un positionnement pertinent au service d'un allongement de la saison et d'une valeur ajoutée pour les prestataires.

De la part des prestataires locaux, adhérer à un projet d'écotourisme signifie partager des valeurs de préservation, de qualité d'accueil et d'échange entre les acteurs. Le prestataire s'engage donc à les décliner au sein de sa propre entreprise en étant particulièrement attentif et soucieux de l'intégration paysagère de ses installations, de la gestion de son environnement, des économies à faire en eau et en énergie ainsi qu'au traitement des déchets.

Il se positionne ainsi comme un hôte « ambassadeur » de son territoire, formé et sensibilisé aux spécificités propres à son patrimoine, son économie, sa culture. L'intérêt d'une telle démarche réside également dans le travail en réseau avec les autres acteurs de la filière. L'entrée au sein d'un tel système permet dès lors de développer des synergies intéressantes.

Le projet d'écotourisme est donc accompagné d'une démarche commerciale coordonnée par le Parc naturel et le Pays. Un ensemble de prestations, de produits et d'équipements engagés dans la démarche est déjà disponible. Ceux-ci

communiquent leurs valeurs environnementales et patrimoniales dans le cadre d'un « manifeste pour l'écotourisme » et sensibilisant les clientèles au travers d'une « charte de l'utilisateur ».

EXPÉRIENCE

Site : Parc naturel régional et Pays des Landes de Gascogne

Contexte : La découverte de l'environnement et du patrimoine est un moteur important de l'activité touristique des Landes de Gascogne. Elle illustre une évolution marquée de la demande en faveur des sites naturels et des espaces ruraux préservés. L'Aquitaine bénéficie déjà d'initiatives, d'expériences et de la notoriété de ses équipements.

L'écotourisme est le modèle de développement qui traduit le mieux ces valeurs et ce positionnement :

- Une forme de tourisme qui préserve les ressources naturelles et culturelles,
- Qui participe à une sensibilisation des visiteurs à leur environnement
- Qui crée une source de développement économique locale
- Qui est basée sur une coopération entre les producteurs touristiques du territoire

Acteurs impliqués : Parc naturel régional des Landes de Gascogne, Sud Gironde et Landes d'Armagnac

Démarche : Pour s'inscrire à la démarche d'écotourisme, le prestataire doit :

- S'adresser à un animateur du Parc ou du Pays pour organiser une première rencontre technique sur le site
- Convenir avec ce même animateur des points de qualité environnementale et patrimoniale (existants ou à faire évoluer) spécifiques à leur équipement ou à leur projet.
- Reprendre ces points dans « La Charte du producteur » et la signer conjointement avec l'animateur désigné

- Suivre les formations et les rencontres techniques sur les thèmes du patrimoine, de l'environnement, de l'écotourisme et de l'écogestion qui s'adresseront à lui une fois engagé dans le manifeste

ATOUS ET LIMITES

Le réseau est encore récent et nécessite un temps de mise en place et d'adaptation afin de lier les prestataires entre eux et de dégager de bonnes synergies.

Le point positif est que la démarche se rapproche fortement de la méthode préconisée par les dernières avancées du Volet 2 de la Charte européenne du tourisme durable effectuées lors du colloque de Strasbourg sur la CETD. L'adhésion à un nouveau système ne posera alors pas de problème d'adaptation aux vues des principes de subsidiarité prônées par la Charte.

b. Développement d'une centrale de réservation aux critères « durables »

OBJECTIF

Rendre l'activité touristique support au confortement du revenu des populations locales et à la valorisation des ressources écologiques et culturelles par la professionnalisation des acteurs. L'éthique ayant, dans ce domaine, un rôle fondamental à jouer pour orienter le mode de développement vers l'issue la plus favorable à l'épanouissement du territoire et de ses habitants, la mise en place d'une centrale de réservation définissant les critères de « soutenabilité » des hébergements proposés permettra en partie de tendre vers cet objectif.

PRINCIPE

Le tourisme représentant près de 90 % de l'économie du territoire du Parc naturel régional du Queyras, ce secteur s'avère donc extrêmement dépendant de la ressource première motrice de cette activité : les paysages (et par voie de conséquence la qualité de l'environnement). Le tourisme est sans conteste l'activité la plus concernée par l'interdépendance entre la sphère économique et la sphère écologique. D'où la nécessité de faire respecter l'environnement par les acteurs du tourisme. C'est pourquoi le projet d'une centrale de réservation à l'échelle du territoire du Parc affichant aux clients les critères « durables » des hébergements afin de privilégier une consommation « responsable » du territoire a été initié.

EXPÉRIENCE

Site : Parc naturel régional du Queyras

Contexte : Devant la réelle difficulté que représente la réservation d'un séjour en territoire de montagne et les débordements nuisibles de la fréquentation touristique, le Parc naturel régional du Queyras s'est lié à la SEM « Guiltour » afin de structurer et

d'organiser l'offre sur le bassin touristique composé des deux stations de ski majeures dans les Alpes du Sud, Vars et Risoul, des huit communes en vallée du Guillestrois et du PNR du Queyras. La réservation « on line » des offres d'hébergement s'avérait dès lors une nécessité afin de gérer convenablement la fréquentation et surtout d'orienter l'offre vers une pratique plus durable.

Acteurs impliqués : Les communautés de communes du Guillestrois et du Queyras ainsi que les groupements hôteliers, agences immobilières et gîtes / refuges des territoires concernés, et la SEM Guiltour.

Démarche : Pour mettre en œuvre un tel projet, il importe de disposer de moyens méthodologiques et technologiques facilitant le suivi, la mise en perspective des données et la transférabilité de ces mêmes données de l'économique à l'environnemental, de l'environnemental au social, du social à l'économique.

Afin de remplir cet objectif, Guiltour dispose d'une réflexion à caractère méthodologique dont l'AFIT est le porteur, ainsi que d'instruments technologiques nouvelle génération permettant de croiser territoire et sphère de préoccupation (économique, sociale, environnementale...).

Les critères du tourisme durable ont été mis en place en collaboration avec les professionnels du tourisme et s'inspirent de la charte des gîtes Panda et de la charte hôtel au naturel, avec l'appui de l'AFIT.

La sélection des hébergements est donc présentée au visiteur sur la centrale en ligne selon ces critères :

Hôtels et Gîtes d'étape et de séjour

Environnement :

- Rénovation du bâtiment dans le respect de l'architecture locale
- Architecture en harmonie avec le paysage
- Situé dans un village disposant d'un espace privatif ou d'un jardin d'agrément
- Utilise des produits d'entretien biodégradables
- Situé dans un site éloigné des nuisances sonores
- Paysage visible depuis les fenêtres

Economie

- Produits bio ou locaux utilisés en restauration
- Politique de réduction des besoins énergétiques et des consommations
- Moyen de transport collectif disponible au sein de l'établissement
- Tri sélectif des déchets selon la politique locale de tri

Social

- Organisation de soirées et animations Nature
- Bibliothèque Montagne et Grande Nature
- Organisation d'excursions à thèmes
- Organisation de rencontres ou soirées avec les gens du pays
- Etablissement partenaire du Parc Naturel Régional

Ethique

- Prise en compte des exigences liées à la clientèle handicapée
- Etablissement participant bénévolement à la vie locale
- Politique d'entreprise d'aides spécifiques au x salariés
- Etablissement favorisant les gestes citoyens
- Etablissement respectueux des traditions religieuses

Locations meublées

Environnement

- Travaille au confort environnemental de l'hébergement
- Participe au maintien ou à la création d'habitats spécifiques (mares, nichoirs...)
- Situé dans un site éloigné des nuisances sonores

Economie

- Priorité donnée aux entreprises et artisans locaux pour les travaux
- Politique de réduction des besoins énergétiques et des consommations
- Cadeau de bienvenue (produit du terroir, livres...)
- Produits et matériaux locaux utilisés dans la construction

Social

- Prestation culturelles ou sociales offertes
- Bibliothèque de plus de 100 ouvrages
- Accès Internet mis à disposition
- Information systématique que les manifestations locales

Ethique

- Soucieux du bon déroulement du séjour
- Soins spécifiques apportés à l'hygiène avant chaque arrivée

ATOUS ET LIMITES

Le principal atout d'un tel projet est bien évidemment la lisibilité optimale de l'offre pour le client. L'affichage durable permet ainsi également à chaque visiteur de se préoccuper de l'influence de son passage sur le territoire visité. Par ce biais, on peut légitimement penser que les bénéfices au territoire et aux communautés locales soient justement répartis...

En revanche, il est regrettable de ne pouvoir que constater l'état des hébergements et ne pas avoir d'influence sur l'amélioration des autres... Reste encore à savoir si les structures les plus orientées vers le « durable » sont plus souvent sollicitées que les autres, ce qui dès lors constituerait une dynamique pour l'ensemble des hébergeurs.

c. La démarche IPAMAC de travail avec les entreprises

OBJECTIF

Soutenir les entreprises touristiques désireuses de s'impliquer dans une démarche de progression « durable » en partenariat avec l'espace protégé.

PRINCIPE

Après une phase d'audit de la structure demandeuse, une stratégie adaptée à cette entreprise est définie et appliquée par le biais d'un plan d'action établi à trois ans.

EXPÉRIENCE

Site : Les 9 Parcs signataires de la CETD dans le Massif Central

Contexte : La Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés est apparue comme l'élément fédérateur, permettant de générer une dynamique touristique pour les Parcs naturels régionaux du Massif central et le Parc national des Cévennes en engageant un processus de développement de leur offre touristique. Le Charte Européenne du Tourisme durable dans les espaces protégés disposait d'un cadre de référence pour le Volet territorial (Volet 1 de la charte). Ce n'était pas le cas pour le Volet 2, ni à l'échelon national, ni à l'échelon européen. Le guide de l'AFIT « Piloter le tourisme durable » ainsi que les travaux de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France « Charte Européenne - quelles applications pour les professionnels du tourisme –programme Leonardo » donnent un cadre général de réflexion mais ne permettent pas une déclinaison opérationnelle et pratique pour aller vers les entreprises.

Ainsi, les Parcs naturels du réseau, accompagné du cabinet d'ingénierie touristique MAHOC, se sont engagés dans l'élaboration d'un guide méthodologique détaillé et opérationnel, testé auprès de 15 entreprises présentes sur l'ensemble des Parcs

naturels du Massif central et sélectionnées sur un échantillon représentatif des acteurs du tourisme.

Acteurs impliqués : Cévennes Ecotourisme, Mahoc, IPAMAC, les PNR du Livradois-Forez, des Volcans d'Auvergne, du Pilat, des Monts d'Ardèche, des Grands Causses, des Causses du Quercy, du Haut-Languedoc et du Périgord Limousin, le Parc National des Cévennes et EUROPARC.

Démarche :

La procédure comporte deux phases décisives : la réalisation d'un audit de la structure et la déclinaison d'une stratégie sous forme de programme d'actions triennal.

L'entretien, conduit par la personne en charge des diagnostics, s'appuie sur un référentiel d'indicateurs conçus pour tous les types d'entreprises, permet d'établir un état des lieux. Cette consultation dure environ une demi-journée.

A la suite du diagnostic, la stratégie est rédigée par le prestataire. Le chargé de mission accompagne la demande.

La stratégie et le plan d'actions sur 3 années sont ensuite conduits devant une commission technique, laquelle conformera ou amendera les engagements du prestataire.

En dernier ressort, c'est la commission tourisme du Parc qui accordera la signature.

Une visite mesurant l'évolution du plan d'action est prévue chaque année.

Au-delà de 3 ans, la convention d'engagement est renouvelable.

Source : A partir de l'article rédigé par Christian Charton, du réseau Cévennes Ecotourisme Magazine des accompagnateurs en Montagne 2005

Cette méthodologie d'accompagnement des entreprises touristiques

s'appuie sur la mise en place au sein des entreprises signataires :

- d'une démarche de progression continue,
- s'intégrant dans la stratégie de territoire exprimée dans le Volet 1,

-suivant les trois axes de la CETD : améliorer les impacts de l'entreprise sur son environnement, consolider ses résultats économiques, mieux intégrer les dimensions sociales.

Ainsi, le diagnostic n'est pas conçu dans une optique de sanction, et ne s'inscrit pas dans une démarche de marquage ou de labellisation mais dans une démarche de progrès et d'inclusion. C'est ce qui distingue cette démarche, d'une démarche « marketing » de marquage.

1- EUROPARC a validé la méthode élaborée au sein d'IPAMAC

IPAMAC a conçu cette méthode en informant de façon régulière la Fédération des Parcs naturels régionaux de France et EUROPARC.

2001 : Première participation de l'IPAMAC à la Conférence d'Europarc à Hanovre, durant laquelle est d'ores et déjà signalé l'engagement d'une expérimentation sur le Volet 2 par les Parcs du réseau Massif central.

2002 : Une note de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France du 11/10/02, en vue de représenter la voix des Parcs français à la Conférence d'Europarc de Snowdonia, Pays de Galles. Dans cette note, figure un témoignage sur le travail engagé par les Parcs naturels du Massif central sur la déclinaison des principes de la CETD pour les professionnels du tourisme. Il est noté que cette expérience devait contribuer à donner « *une vision plus opérationnelle à la Charte Européenne du Tourisme Durable* ».

En 2004, IPAMAC présente la méthode aux Parcs européens durant la Conférence d'EUROPARC à Vilm, Allemagne. Cévennes Ecotourisme, association des prestataires engagés dans le Volet 2, partenaire du Parc national des Cévennes présentent les premières applications concrètes.

Ainsi, dans sa Newsletter, EUROPARC informe le réseau des Parcs que le Parc naturel régional du Pilat et le Parc national des Cévennes sont les premiers Parcs en Europe à appliquer le Volet 2 de la Charte. cf : newsletter n°1 de EUROPARC

Le Parc national des Cévennes, obtient l'autorisation officielle par EUROPARC de remettre un diplôme reprenant le logo EUROPARC « Charte européenne du tourisme durable – Volet 2 » aux entreprises signataires.

2- IPAMAC a fait partager cette méthode pour en faire une expérience collective des Parcs

2003 : Présentation des travaux de l'IPAMAC dans le cadre du séminaire « Tourisme » de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France dans le Parc naturel régional des Marais du Cotentin et du Bessin.

Février 2004 : Dans le cadre des expériences pilotes de l'AFIT sur le tourisme durable, se sont déroulées au Vigan des rencontres sur « la diversité des acteurs et le tourisme durable » et sur les méthodes du Tourisme Durable.

Présence de l'IPAMAC aux côtés du Parc national des Cévennes et de Cévennes Ecotourisme, dans ce cadre, les Parcs nationaux étaient présents pour prendre connaissance du travail engagé par le Parc national des Cévennes.

Mars 2005 : Séminaire organisé par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France sur la Charte européenne du tourisme durable.

Le Parc naturel régional du Pilat et Cévennes Ecotourisme, au nom de l'IPAMAC présentent la démarche et l'illustrent à travers des exemples concrets.

3- IPAMAC a fait partager cette méthode pour en faire une expérience collective des Parcs

2003 : Présentation des travaux de l'IPAMAC dans le cadre du séminaire « Tourisme » de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France dans le Parc naturel régional des Marais du Cotentin et du Bessin.

Février 2004 : Dans le cadre des expériences pilotes de l'AFIT sur le tourisme durable, se sont déroulées au Vigan des rencontres sur « la diversité des acteurs et le tourisme durable » et sur les méthodes du Tourisme Durable.

Présence de l'IPAMAC aux côtés du Parc national des Cévennes et de Cévennes Ecotourisme, dans ce cadre, les Parcs nationaux étaient présents pour prendre connaissance du travail engagé par le Parc national des Cévennes.

Mars 2005 : Séminaire organisé par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France sur la Charte européenne du tourisme durable.

Le Parc naturel régional du Pilat et Cévennes Ecotourisme, au nom de l'IPAMAC présentent la démarche et l'illustrent à travers des exemples concrets.

4 En quoi cette méthode pourrait-elle être reproductible ?

Au moment où le réseau des Parcs signataires de la CETD lance une réflexion commune sur l'application du Volet 2, les Parcs du Massif Central à travers IPAMAC constatent que ce qu'ils ont élaboré ensemble pourrait servir de socle commun à tous, quelles que soient les problématiques territoriales spécifiques développées dans le Volet 1.

1- Une analyse des trois points clés de la méthode permet de le comprendre:

- Induire une démarche de progrès :

La progression de l'entreprise est évaluée sur les trois axes du développement durable repris dans les principes de la CETD : économique, environnement et social.

Le choix des entreprises repose sur leur volonté à s'impliquer dans une démarche de progression soutenue par le gestionnaire de l'espace protégé. Les marges de

progression définies tiennent compte de la situation réelle de l'entreprise (capacité d'investissement).

- Sans exclusion exceptée celle de ne pas vouloir progresser,

Toute entreprise peut s'engager, quel que soit son niveau de développement et son positionnement.

Aucun critère minimum n'est demandé. En revanche, une entreprise qui n'apporterait pas des améliorations, dans les 3 ans, par exemple à un système d'assainissement non-conforme ne pourrait pas être signataire.

- Au service d'un projet de territoire,

L'intérêt de cette méthode est qu'elle permet d'intégrer des démarches territoriales adaptées à des espaces de différentes natures (faible ou forte pression touristique, faible ou fort enjeu en matière de protection de l'environnement).

Ainsi, même les entreprises qui ne sont pas nécessairement en phase avec le positionnement marketing des espaces protégés (villages vacances, stations de skis...) et qui sont quand même présentes sur le territoire, peuvent y être intégrées ; l'enjeu, dans ce cas, est d'amener l'entreprise vers des pratiques plus respectueuses.

Si ce n'est pas une démarche marketing, l'accompagnement peut permettre à l'entreprise signataire d'aller vers un positionnement marketing adapté à l'espace protégé validé au final par une marque (ex : marque Parc, Gîtes Panda, Hôtel au naturel ou autre).

2- Un des atouts majeurs du dispositif réside également par les partenariats multiples qu'il génère

Pour que cette méthode réussisse, un partenariat entre les différents acteurs du territoire est incontournable. Ce partenariat résulte du travail de concertation et de validation de la stratégie territoriale engagée au titre du Volet 1 de la CETD, mais

aussi de la nécessaire participation des partenaires au groupe technique qui examine les scénarios de progression des entreprises.

Enfin, par la volonté de tisser un lien privilégié avec les entreprises touristiques du territoire, d'être à leur écoute et d'intégrer leurs problématiques dans nos approches territoriales, cette méthode permet de construire un climat de confiance prometteur et de générer un partenariat public - privé constructif.

Source : Sandrine Charnay, IPAMAC

ATOUS ET LIMITES

Le principal et énorme atout de cette démarche est d'être pour le moment la seule base en France élaborée afin d'appliquer le travail en partenariat entre les gestionnaires des territoires et les entreprises touristiques dans les Espaces Protégés, et, qui plus est, reconnue par EUROPARC comme ayant valeur de démarche Volet 2.

Ses limites auront pleinement rapport avec son succès ; c'est-à-dire en fait que lorsque viendra le temps où de très nombreuses entreprises se porteront candidates, il n'y aura là aucun moyen de faire face à une telle demande (c'est d'ailleurs une des retenues à l'adhésion des Parcs candidats).

VI - DES BÉNÉFICES POUR LES ENTREPRISES TOURISTIQUES AU SEIN DES ESPACES SIGNATAIRES DE LA CHARTE ?

A – LE TRAVAIL AVEC LES ENTREPRISES : LES AVANCÉES SUR LE VOLET 2

Depuis le séminaire tenu à Strasbourg du 22 au 24 juin 2006, la position de la Charte vis-à-vis du Volet 2 a connu certaines avancées retranscrites ci-après ; en effet, les efforts produits pour l'obtention d'accords d'adhésion aux principes du tourisme durable par les entreprises du secteur privé se doivent d'être récompensés.

Il est légitime de penser qu'un prestataire a quelque chose à gagner à se soumettre à des principes de soutenabilité. Les professionnels du tourisme jouent souvent le rôle d'interface entre le consommateur / touriste et l'espace protégé, et ils peuvent par là même diffuser une grande source de connaissances et d'informations afin de satisfaire la curiosité des visiteurs et surtout d'enrichir leur expérience sur le territoire. Leur rôle d'interface leur permet également d'être les vecteurs de recommandations et ainsi d'influencer le public vers de bons comportements environnementaux.

Le programme de partenariat de la Charte Européenne, en tant qu'accord mutuel entre la structure gestionnaire de l'espace protégé et les professionnels créera des bénéfices communs par le développement de bonnes synergies. Par ce biais, l'espace protégé pourra atteindre ses objectifs de conservation et de protection sur le long terme au travers de l'utilisation durable du territoire, alors que les professionnels augmenteront leurs marges de rentabilité par ces différents axes :

- Améliorer la satisfaction des visiteurs et augmenter les réservations
- Réduire les coûts de fonctionnement par une utilisation durable des ressources (énergie, eau...)
- Conserver les dépenses des visiteurs dans l'économie locale tant au travers de la consommation de gastronomie et des productions locales que par la promotion d'évènements, traditions et festivals locaux
- L'engagement mutuel de l'équipe gestionnaire de l'espace concerné et des stakeholders locaux dans la stratégie commune de développement touristique
- D'autres exemples de bénéfices locaux incluraient par exemple la reconnaissance au niveau européen ou le développement de nouvelles fenêtres commerciales en :
 - visant de nouvelles cibles clientèles attirés par les espaces protégés
 - proposant une nouvelle offre touristique basée sur la découverte de l'environnement
 - créant un tourisme hors saison
 - travaillant avec les autres secteurs de l'économie du territoire et recherchant les productions et les services locaux
 - recevant des informations statistiques sur le nombre de touristes actuel et futur et les visiteurs potentiels
 - ayant une meilleure gestion de l'espace, pensée comme un tout
 - diffusant une information de qualité à propos de l'espace protégé.

Le Programme de Partenariat à la Charte Européenne

Les entreprises locales sont des partenaires essentiels au développement de la stratégie de tourisme durable dans l'espace protégé et doivent ainsi être intégrés dans son processus. La Charte accueille et favorise la participation des entreprises touristiques locales basées ou développant leurs activités sur le territoire signataire. Intégrer les principes de durabilité de manière étendue au sein du secteur touristique privé est une des clés du succès. Le Volet 2 de la Charte rend possible l'adhésion d'entreprises

individuelles du tourisme travaillant avec l'espace protégé, et ainsi pour ces dernières d'être reconnues en tant que **Partenaire de territoire adhérant à la Charte**. Un partenariat souple, reconduisant les principes de la Charte, est favorisé, reconnaissant ainsi les écolabels et les marques locales adaptés aux développement durable et applicable aux différentes situations et besoins selon les contextes.

Le Partenariat entre les entreprises individuelles et l'espace protégé demande :

- une compréhension des besoins et des impacts qu'a l'activité touristique sur l'environnement
- un accord mutuel sur les bénéfices au développement social et économique du territoire par le tourisme et sa contribution à l'amélioration de la qualité de vie des habitants
- une analyse de la compatibilité des produits et services touristiques à l'espace protégé afin de s'assurer qu'ils ne détruisent pas le patrimoine naturel ou culturel
- un diagnostic de toutes les activités de l'entreprise touristique : équilibrer la balance entre l'offre et la demande du visiteur, assurer une information sur l'environnement et l'espace protégé (formation du personnel et informations de qualité), effectuer une révision de l'utilisation faite de l'énergie, des transports et de l'environnement, formuler sa propre vision du développement durable en phase avec le Parc concerné et encourager les visiteurs à contribuer à mettre en valeur le patrimoine local.

Le Programme de Partenariat à la Charte Européenne sera ainsi le document de base incluant la méthodologie d'application ; les lignes directrices de celle-ci, l'accord de partenariat et le certificat de partenariat assurant la conformité avec les principes du Volet 2.

L'Agrément de Partenariat à la Charte Européenne

Considérer l'espace protégé en tant que préoccupation centrale aura pour effet de générer une meilleure compréhension entre l'autorité du Parc, les diverses

entreprises touristiques du Parc et leurs clients. Ce point est important car il autorise ainsi l'édification de relations durables sur des aspects marketing et promotionnels (site web, travail en réseau, propriété et responsabilité partagées, orientations stratégiques communes)

Afin d'établir l'accord entre l'autorité de l'espace protégé et ses partenaires professionnels, un Agrément de Partenariat à la Charte Européenne devra être signé. Rendre le mode de fonctionnement du partenariat simple et efficace est vital. Pour devenir **un Partenaire à la Charte Européenne**, une entreprise touristique individuelle doit cependant remplir les conditions minimales requises, suivre les lignes directrices du processus d'application et signer l'Agrément de Partenariat avec le Parc adhérent.

Par ailleurs, afin de conserver sa reconnaissance en tant que Partenaire à la Charte Européenne, l'entreprise devra, tous les trois ans, démontrer l'accomplissement des actions engagées et signer un nouvel **Agrément de Partenariat à la Charte Européenne**.

Les critères d'application du Programme de Partenariat à la Charte Européenne sont donc les suivants :

- Se baser sur un partenariat effectif et individualisé entre l'espace protégé et l'entreprise touristique
- Assurer une amélioration continue et durable
- Intégrer une approche de développement durable comprenant ensemble les trois aspects sociaux, environnementaux et économiques
- Rendre possible l'amélioration des principes de la Charte
- Être suffisamment flexible pour pouvoir être adaptable aux conditions propres à chaque Parc et garantir malgré tout une certaine homogénéité, de manière à ce que l'Agrément soit toujours considéré en tant qu'outil européen, prenant en compte les besoins de cohérence et de prestige entre chaque Parc
- Respecter le principe de subsidiarité (locale, régionale et nationale) lors de l'implémentation dans chaque espace protégé
- Dans l'optique d'une implémentation large du processus, chaque grâce devra de promouvoir et supporter l'engagement des entreprises

Pour cela, les entreprises intéressées doivent cependant réunir certaines garanties :

- Être localisée ou développer ses activités sur le territoire du Parc signataire. Des exceptions sont tolérées lorsque celles-ci sont convenablement définies au préalable par l'espace protégé comme ayant rapport à la stratégie touristique suivie par le Parc
- Être en conformité avec la législation en vigueur lors de la certification (ou s'engager à l'être sous une période définie)
- Les activités des entreprises touristiques doivent être compatibles avec la stratégie et les buts poursuivis du plan de gestion des Parcs
- Prendre part au Forum du Tourisme Durable défini dans le Volet 1
- Signer un **Agrément de Partenariat à la Charte Européenne** entre l'espace protégé et l'entreprise touristique dans lequel les accords mutuels sont définis (objectifs, actions, délais) pour une période de trois ans. Cette période révolue, l'entreprise peut renouveler son accord en se soumettant à l'évaluation de l'espace protégé.

La validation de la méthodologie de l'espace signataire par Europarc

Afin d'assurer la cohérence du processus d'application sur toute l'Europe et la conformité avec les principes du Volet 2 de la Charte Européenne, Europarc devra valider la méthodologie proposée par chaque Parc. Ceux-ci devront donc envoyer à Europarc les éléments suivants :

- **Les lignes directrices du processus d'application** pour l'identification des entreprises parmi les autres, du type d'actions et de leurs indicateurs de pilotage
- **L'agrément de Partenariat à la Charte Européenne**, comme « contrat modèle » explicitant les accords entre l'espace protégé et l'entreprise

touristique ainsi que les critères d'utilisation du logo du Parc, de sa désignation, de celle de la Charte et d'Europarc par l'entreprise

- Un modèle de **Certificat de Partenariat à la Charte Européenne** spécifiant le contenu de l'agrément, les logos et les informations supplémentaires
- **L'application de la méthodologie** de l'espace protégé, définissant les exigences supplémentaires, expliquant ce que fait le Parc pour promouvoir et supporter les entreprises, ainsi que quand et comment celui-ci entreprend l'évaluation des critères et l'implémentation des actions. Il définira également les termes du renouvellement de l'agrément après les trois ans de son application.

Le rôle de l'espace protégé

L'espace protégé sera alors en charge de :

- La promotion et l'accompagnement des entreprises
- La vérification de la conformité avec les critères minimums d'adhésion
- La vérification de la formulation correcte de l'engagement des entreprises
- La révision et la signature de l'Agrément
- L'évaluation de l'application concrète des actions engagées au minimum tous les trois ans

MODÈLE D'AGRÈMENT DE PARTENARIAT

The was awarded the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas by the EUROPARC Federation on for a period of three years until

The aims of the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas are :

- To increase awareness of, and support for, Europe's protected areas as a fundamental part of our heritage that should be preserved for and enjoyed by current and future generations.
- To improve the sustainable development and management of tourism in protected areas that takes account of the needs of the environment, local residents, local businesses and visitors.

The(add name of tourism sector establishment /business) is working in partnership with(add name of protected area) contributing to sustainable tourism.

As a charter Partner we are committed to implementing each of the following actions ...

EXEMPLE DE CERTIFICAT DE PARTENARIAT

The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas

This is to certify that (add name of tourism sector establishment /business) is working in partnership with(add name of protected area) contributing to sustainable tourism.

As a Charter Partner we have been awarded the Partnership Certificate for adopting actions that will contribute to sustainable tourism in(add name of protected area):

B - LA COMMUNICATION SUR LA CHARTE : QUELLE STRATÉGIE ADOPTER ?

Cette sous-partie est elle aussi essentiellement tirée des expériences et des réactions échangées lors du séminaire de Strasbourg durant la journée du 23 juin 2006. Celle-ci présente ainsi les expériences de Jean-Luc Briot (PNR du Vexin) et de Stefan Fredlemeier (Frankenwald NaturPark) en matière de communication sur la Charte. Les réactions émises à propos de la stratégie de communication à adopter sont également valables pour les PNR, d'où leur intérêt dans ce chapitre. Voilà donc ce qui a été convenu sur les sujets communication et marketing :

Sujet récurrent sur lequel de nombreuses interrogations subsistent : Comment communiquer sur le Tourisme Durable (TD) ? Quelles images en donner ? Le TD demeure toujours un concept peu clair pour le public et manque ainsi « d'avantages image » pour les espaces protégés.

Il conviendrait donc de voir :

- Quels sont les outils qui fonctionnent le mieux en communication pour nos territoires
- Comment ainsi mieux appréhender les attentes de la clientèle afin de promouvoir plus efficacement les Espaces Protégés (E P)
- Comment faire la promotion de la CETD en interne afin d'améliorer la diffusion de la Charte.

1/ Intervention de Jean-Luc Briot, du Parc Naturel Régional du Vexin français :

- Nouvelle stratégie de communication depuis début 2006, en suite à l'étude clientèle entreprise début 2003 (cibler clientèle de proximité, axer sur les activités de loisir).
- Communication également auprès des habitants (86000 sur le territoire) car ce sont eux les premiers prescripteurs du territoire, tout comme les médias et la presse (fortes retombées attendues à la suite de la diffusion de l'émission « La carte au trésor » sur France 3).

Le Parc a ainsi développé plusieurs nouveaux attributs de communication :

- **expression** : insistant sur le dépaysement près de Paris : « cultivez vos sens » / « si proche ... si loin » ...
- **nouvelle charte graphique**
- **photothèque récente**, ne comprenant que les acteurs du territoire (casting : bonne ventilation du territoire, parité homme/femme)
- **3 documents de communication** : la Carte, le Guide pratique (affiche l'appartenance à la CETD en 4ème de couverture) et le Carnet de rendez-vous (classé en nature/patrimoine/culture/sports), tous utilisant la police « Cézanne ». Des présentoirs spécifiques ont été créés pour diffuser ces documents.

Il en ressort malgré tout que communiquer SUR la CETD demeure toujours problématique, étant donné qu'aucun plan global n'a été donné au niveau d'Eurparc. Sa communication se fait donc toujours de manière indépendante.

→ Il manque donc un projet de communication au niveau d'Europarc pour :

- expliquer la charte
- donner un thème, un slogan plus séduisant que « CETD »

2/ Intervention de Stefan Fredlemeier de la Fédération Touristique du Frankenwald :

Cette seconde contribution, plus globale, traite de la communication en général appliquée aux espaces protégés.

- **Il est nécessaire de ne pas se tromper de métier.** Qui se charge de la communication touristique : est-ce vraiment le travail des parcs ou bien faut-il le déléguer à une structure annexe (« Fédération Touristique » dans le cas du Frankenwald) ?
- **La communication pour une destination « Parc » doit choisir des termes adaptés aux valeurs que le client recherche** : il convient donc, dans le cas du Frankenwald, d'éviter les précisions rappelant « l'ancienne région industrielle » ; la communication se doit d'insister sur les aspects de loisirs en nature, de wellness (l'activité des SPA concerne 35% des nuitées sur ce territoire). Elle doit également toujours demeurer active et ne pas se

satisfaire **d'un tourisme de cueillette : le tourisme automatique**, dans le cas du Frankenwald, étant donné sa position géographique stratégique (juste derrière la frontière de l'ex-Allemagne de l'Est), fait souvent baisser la qualité. La concurrence s'annonce dès lors d'autant plus dure une fois les facteurs clés du succès estompés ou disparus.

LES CIBLES DE LA CETD :

- **Développer un positionnement fort des EP** ; non pour communiquer sur la CETD (invendable et sans lisibilité) mais sur les EP, les Parcs.
- Toujours **insister sur le partenariat touristique** entre le Parc (son rôle dans le tourisme : aide à acquérir des fonds et communique par la CETD) et l'Agence touristique : le Parc doit convenablement énoncer sa stratégie territoriale en matière d'orientation touristique durable et influencer son partenaire, et ensuite, reste à l'agence de la formuler convenablement sur le terrain, s'occuper du prix, de la distribution ...
- **Communiquer sur une région NATURELLE**, et non politique ; le public ne rêve pas au travers des limites administratives.

La communication est complémentaire entre les partenaires, mais la communication touristique doit rester le domaine de la Fédération Touristique.

La meilleure communication entre toutes reste néanmoins la qualité du produit : il faut que le TD soit intégré à la conception du produit pour lui conférer dès sa genèse une dimension qualitative intrinsèque. Le client n'est pas intéressé par la conception du produit, seule la qualité finale du produit le concerne (c'est la qualité qui se vend le mieux, pas les process d'élaboration, d'où l'inutilité de communiquer sur la CETD à l'externe).

Il y a alors trois niveaux de communication :

- 1- Le produit touristique durable ; c'est la base, la communication doit être performante dès ce niveau

- 2- Le Parc « Nature » (« Nature » en tant que caractère qualifiant du Parc perçu par les visiteurs) doit promouvoir également la destination comme région naturelle, ce qui donne une multiplication des effets et provoque un effet « flash » pour le client
- 3- Les labels : une bonne méthode de différenciation pour le public, friand de labels (ATTENTION : la CETD n'est en aucun cas un label et ne peut servir à la communication externe)

La CETD est parfaite pour l'éducation à l'environnement des partenaires touristiques : il faut que les responsables du tourisme deviennent eux-mêmes promoteurs du développement durable. Il ne faut donc pas développer de label parallèle à ce qui est déjà existant au niveau national et les évaluer (chaque pays possède déjà ses propres références en rapport aux labels de qualité, y surajouter la CETD n'aboutirait qu'à une neutralité des références par non lisibilité de la Charte).

3/ Réactions :

- Il y a effectivement surabondance de labels ; un de plus n'aura pas de lisibilité : il faut valoriser les logos des Parcs adjoints d'une inscription. Il faut également prendre certaines précautions : ne pas utiliser les logos des Parcs sur les produits (car les Parcs ne peuvent pas tout contrôler), il y a d'autres labels qui le font déjà. **Les logos des Parcs ne doivent être utilisés que pour les actions menées en faveur du Parc.**
- L'importance de l'association est à souligner : les Parcs ne peuvent pas tout faire, la **SUBSIDIARITE** est donc capitale.
- Le message à passer doit coller à la réalité et à la qualité du terrain. La qualité doit être **EFFECTIVE** et garantie par des évaluations régulières (car le tourisme de nature ne se satisfait que par la qualité des produits).
- Lorsque les agences sont inexistantes pour développer le Tourisme Durable, il est nécessaire de procéder à la **MUTUALISATION DES MOYENS**.

4/ Questions et réflexions :

→ Comment rendre les valeurs Parc (leur plus value) dans un produit touristique Parc » ?

- Un argumentaire de la CETD (sur le modèle : « la Charte européenne du tourisme durable pour les nuls ») qui aurait pour objectif de démontrer les avantages économiques d'une attitude « touristique durable » aux entreprises touristiques (en leur démontrant les retombées économiques positives de celle-ci) devrait être rédigé.
- Une réelle stratégie de communication adaptée utilisant les relations presse se révèle concluante pour convaincre les entreprises d'adhérer aux principes.

→ Comment procéder pour les Parcs confrontés à une surfréquentation touristique ? Quelle communication ?

- Il faut canaliser les flux sur une bonne offre, et les attractions périphériques deviennent, de ce fait, naturellement moins intéressantes : la fréquentation est alors correctement pilotée. Il ne faut cependant pas de réflexion par l'interdiction, mais plutôt une canalisation par effet positif (encourager à la fréquentation d'un espace correctement équipé plutôt que d'interdire l'accès à d'autres).
- Un regroupement de territoires conséquent serait intéressant pour mutualiser la communication et monter un réseau intéressant pour la CETD et développer l'image « nature », de même qu'un regroupement de tous les professionnels du Tourisme dans les espaces signataires.
- Europarc pourrait également se charger de la communication de la CETD auprès des Tour Operators.

Les pistes de réflexion engagées à la sortie de l'atelier sont les suivantes :

- Quels outils de communication au niveau d'Europarc pour promouvoir la Charte ?
- Quelle mutualisation des moyens de communication ? (attention au niveau national, trop loin des réalités de terrain).

VII - QUELLES RÉSERVES À ÉMETTRE À L'ENCONTRE DE LA CHARTE ?

Ayant constaté l'ensemble des éléments relatifs à l'application de la Charte au sein des territoires, il s'agit à présent d'en éprouver les limites, ou tout du moins les réserves que leurs usagers ont pu émettre à son encontre. Mais avant cela, voyons déjà quels ont été les apports constatés par l'utilisation de la Charte.

A – LES APPORTS CONSTATÉS DE LA CETD

La Charte, de par son rôle d'initiatrice dans les démarches de progression, a permis des apports bénéfiques aux différents Parcs (apports malheureusement non partagés par tous) tant sur le plan de la plus-value touristique que sur un plan de qualification territoriale. Ainsi, si parmi les anciens signataires les plus values sont encore annoncées comme moindres (Vercors, Luberon), les Parcs plus récents semblent trouver grâce à la Charte un réel avantage touristique.

Le premier et le plus répandu des apports dus à la CETD reste certainement la possibilité accordée aux Parcs par leur adhésion de pouvoir mettre en place une réflexion globale sur le développement touristique et non une démarche par secteur (hébergement, activités...) ou encore par prestataires. Fédérer tous ces acteurs (ou toutes ces filières) dans une seule démarche, avoir la possibilité d'une communication plus homogène sur le tourisme et donc une meilleure valorisation du territoire en tant que destination soutenable est ainsi l'opportunité la plus généralement exploitée et reconnue comme effective grâce à la CETD.

Sa qualité unanimement convenue est son aptitude à faire prendre du recul par rapport aux actions touristiques menées et de les percevoir en tant qu'ensemble d'une même dynamique et non en tant qu'actions orphelines et éclatées (Marais du Cotentin et du Bessin, Scarpe-Escaut, Livradois-Forez, Queyras, Caps et Marais d'Opale, Pilat). Elle permet dès lors de se poser les bonnes questions et de définir

ainsi la meilleure stratégie possible en mettant à jour le coeur des problématiques, offrant ainsi l'opportunité de disposer d'un Plan d'Actions raisonné et opérationnel.

Elle permet effectivement d'opérer un diagnostic du milieu concerné, ce qui est rarement effectué autrement, de mettre ainsi à plat l'état des lieux du territoire et de le faire partager aux acteurs locaux et aux partenaires. En y observant de plus près, elle a permis concrètement, dans cette optique partenariale :

L'implication des partenaires dans l'élaboration de la stratégie du tourisme durable ; des réunions entre les Commissions du tourisme durable des Parcs, les élus des communes et les partenaires touristiques afin de fédérer l'ensemble des acteurs territoriaux ; l'implication des administrations et des établissements publics ; la présentation aux syndicats des communes intéressées ...

... aboutissants donc à terme généralement à une intéressante mobilisation des partenaires professionnels par le biais de réunions régulières. Cela n'est malheureusement le cas que pour quelques Parcs, principalement les membres du réseau IPAMAC.

Du point de vue des partenariats, la Charte est effectivement une bonne occasion pour porter le projet touristique du Parc aux acteurs, bien que cela ne soit possible que dans les Parcs aux mentalités plus accoutumées à l'idée du « soutenable » (Livradois-Forez).

D'autre part, de manière plus diffuse, on constate également que l'adoption de la Charte a permis une plus grande force de persuasion et une sensibilisation accrue des Parcs signataires face aux décideurs et de ce fait un poids supplémentaire quant à l'attribution de fonds (Marais du Cotentin et du Bessin, Caps et Marais d'Opale) ; elle confère également une légitimité supérieure et une véritable entrée dans le tourisme durable (rôle recherché de structure de référence quant au thème), peu évidente auparavant (Cap et Marais d'Opale). Cette attribution donne de plus une ouverture aux signataires vers des projets plus globaux et plus transversaux qu'il aurait été impossible de concevoir sans. Elle représente également un outil de communication efficace pour les acteurs touristiques dorénavant plus facilement impliquables dans des démarches durables car sensibilisés à ces problématiques (Livradois-Forez, Caps et Marais d'Opale), bien

que beaucoup reste encore à faire dans le domaine, nous l'avons vu précédemment.

Les apports de la Charte sont donc reconnus par de nombreux Parcs, bien que ceux-ci soit malgré tout toujours en attente d'une base pour le Volet 2 de la Charte, qui s'avère indispensable pour compléter le Volet 1. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les Parcs anciennement impliqués (Vercors, Luberon) n'y trouvent pour le moment que peu d'intérêt étant donné les faibles avancées connues et le temps de rodage relativement long pour cette mise en oeuvre du travail avec les entreprises. Ces derniers ont déjà des démarches touristiques globales et étaient plus en attente d'un effet réseau sur des problématiques particulières (tourisme et handicap ou positionnement communication commun), c'est pourquoi les bénéfices de la Charte ont été beaucoup moins probants pour ces derniers.

B - LES PRINCIPAUX OBSTACLES QUANT À L'ÉTABLISSEMENT DE LA CHARTE DANS LES ESPACES PROTÉGÉS

Bien que la Charte fût conçue pour les espaces protégés, celle-ci rencontre parfois certains obstacles à son application ou sa mise en place. En effet, le territoire sur lequel la CETD sera appliquée peut quelquefois s'avérer « mal préparé » à accueillir de telles démarches, et rendra dès lors la mise en oeuvre de l'outil beaucoup plus problématique qu'en d'autres milieux plus aptes. Les plus fréquemment observés le sont dans les Parcs peu touristiques, où les profils d'acteurs sont souvent relativement identiques.

En effet, dans ces espaces, il manque généralement (et principalement) des mentalités ouvertes et prêtes à accepter un changement de pratique, une nouvelle dynamique de réseau qui s'est essouffée au cours de l'activité, rendant les acteurs de plus en plus indépendants et égoïstes, tourné vers leurs propres affaires sans chercher l'ouverture vers de nouvelles expériences. La complémentarité des

activités n'existe pas et la fréquentation touristique stagne (Boucles de la Seine Normande et Marais du Cotentin et du Bessin). Certaines structures déficitaires sont même maintenues pour l'intérêt qu'elles représentent dans les milieux en déprise mais se retrouvent isolées du fait du manque de réseau. Le profil général dans ces cas-là est au replis sur soi, les prestataires ne sachant plus comment prendre la question du tourisme. D'où un accueil méfiant / ignorant de la CETD ; dans un tel contexte, c'est l'ensemble des mentalités qu'il est nécessaire de tourner vers l'idée du « durable » avant même de proposer l'outil pour y parvenir.

La question peut-être également prise par l'entrée territoriale : que manque-t-il au trépied de la « durabilité » (dans ses sens économique, social et environnemental) sur le territoire connaissant des contraintes à la mise en place de la CETD ? On obtient ainsi plusieurs pistes éclairant ces obstacles. Du point de vue environnemental, les principaux obstacles se retrouvent au niveau de la gestion des publics : l'accueil des clientèles de proximité (2,5 millions de visiteurs par an dans Pilat) dans de bonnes conditions en satisfaisant leurs besoins tout en maintenant les qualités environnementales du Parc s'avère être une des principales faiblesses des territoires quant à la mise en place de la Charte.

En ce qui concerne les aspects économiques, ils se trouvent bien souvent manquer aux territoires, qui recherchent de la valeur ajoutée créée par le tourisme, valeur ajoutée que ne procure pas l'offre proposée par la CETD ; ainsi, les prestataires ne rechercheront pas spécialement cette dernière. Si une plus-value touristique existait réellement au sein des territoires concernés, alors les démarches de progression offerte par la CETD s'accepteraient d'autant mieux (Scarpe-Escaut).

La durabilité dans ce cas-là se formerait autour d'une culture commune des acteurs créée par la sensibilisation (par les éducteurs), et se construira alors en même temps que se développera l'activité touristique. Les obstacles quant aux aspects sociaux restent liés à ces mêmes questions économiques étant donné que la progression du tourisme implique une augmentation du nombre d'emplois, donc un maintien de l'activité en milieu rural, et à terme une prise en compte des clientèles fragilisées (Pilat).

Ces « handicaps » territoriaux sont autant d'obstacles à l'instauration de la Charte qu'il conviendrait au préalable de résoudre avant toute entreprise ou démarche liée à la charte.

C – LE POSITIONNEMENT DES PARCS CANDIDATS À L'ADHÉSION : QUELLES RETENUES FACE À LA CETD ?

Tous les Parcs intéressés par l'adhésion à la Charte Européenne n'en sont pas forcément signataires (Vosges du Nord, Landes de Gascogne, Queyras, Morvan), et cela n'est pas uniquement dû à des raisons d'ordre procédurier. En effet, hormis les craintes des Parcs de se retrouver face à un imbroglio administratif ou à l'inadéquation du contexte local de ces espaces, on trouve malgré tout certaines raisons qui peuvent également nous éclairer quant aux principaux points de répulsion la Charte. Voici les éléments que soulèvent ces Parcs encore non adhérents :

Tout d'abord, il n'y a pas de plus value réelle affichée par l'adhésion à la CETD (travail de réseau, centre de ressource, potentiel de clientèles, de marketing ...). De même, la question se pose sur comment gérer une même démarche de travail avec les prestataires sur des espaces protégés réunissant 10 à 30 communes et 10 sites touristiques avec les mêmes méthodes que sur les espaces comportant 252 communes ? Ce sont les premières interrogations soulevées aux vues de l'adoption de l'outil Charte. Ensuite viennent d'autres préoccupations :

- L'interprétation des curseurs, et donc des différentes politiques sectorielles mises en œuvre pour aller vers un tourisme durable, et surtout leur niveau, leur dosage, entre des espaces très hétérogènes, n'a jamais été vraiment analysé lors de l'élaboration de la CETD
- Que signifie l'adhésion à la Charte pour les publics ? Qui informe les publics de la légitimité de la Charte (qui ne sait pas ce que c'est : un label, une reconnaissance, une marque ...), qui assure la promotion de cette Charte et comment (plan de communication, budgets, supports , actions...), en dehors d'une page sur un site Internet ? Le fait de dire que chaque adhérent doit s'en occuper paraît dès lors

quelque peu obsolète étant donné que les équipes des Parcs s'y emploient pour les objectifs de tourisme durable. Cela peut effectivement donner une impulsion nécessaire à un secteur démarré dans le tourisme, mais concernant les territoires déjà touristiques, la donne est différente

- Lors de la soumission de la Charte aux entreprises, quelles contreparties en communication, évaluation et marketing leur proposer ? Comment articuler cela avec la marque Parc ou les différentes démarches qualités des nombreuses chaînes volontaires ? Sur un territoire ne comportant qu'une dizaine ou une vingtaine d'entreprises, la chose est simple, mais lorsque le territoire comporte plus de 300 entreprises, quelle démarche adopter ?

Voilà donc les principaux questionnements et éléments de retenue vis-à-vis de l'adoption de la Charte. En ce qui concerne les contreparties à annoncer aux entreprises, il est évident que le sujet est de première importance aux vues des efforts que demande l'entreprise d'une démarche durable pour un prestataire. D'autant plus que pour la Charte, la plus value marketing à apporter reste pour le moment très floue et peu lisible si l'on observe la kyrielle de labels / marques disponibles pour le seul marché français.

Un éclaircissement de ces points permettrait donc à priori de séduire un nombre croissant de Parcs par la Charte.

D - LES LIMITES DE LA CETD

La Charte Européenne, aux vues de ces dernières réserves, trouve donc malgré tout un certain nombre de bornes à son développement et connaît ainsi quelques limites que les différents parcs ont pu éprouver et relever. Il faut cependant rester prudent quant à l'évocation de ces limites étant donné les orientations et les positionnements tous différents des parcs, qui parfois verront un manque à la Charte là où d'autres passeront sans difficultés.

Leur mention reste au demeurant très instructive. En effet, et c'est là une opinion relativement répandue et partagée, il est constaté de manière générale un manque d'effet réseau au sein des parcs adhérents ; une animation de ce réseau constitué par les signataires de la Charte est attendue de la part de la fédération Europarc, bien que certains n'aient aucune attente particulière vis-à-vis de cette structure étant donné ses limites de fonctionnement et son rôle « accessoire » pour le tourisme (Livradois-Foréz). Il n'en reste pas moins que le manque d'accompagnement et d'information se fait cruellement sentir dans la plupart des Parcs signataires, et d'autre part, que le tarif de cotisation lors de l'adhésion s'avère élevé aux vues des qualités de la prestation fournie lors du diagnostic ; ce simple « tarif d'entrée » trop élevé installe déjà une sélection à l'accès de la démarche durable pour les Parcs, qui n'ont pas tous 4000 euros de budget prêts à être offerts pour une prestation souvent « superflue ». Cette démarche de progression étant éthiquement censée être la plus largement diffusée au sein des espaces protégés, l'instauration d'un tel « barrage » financier se trouve donc évidemment loin d'être apprécié (avis partagé par tous les Parcs interrogés). De plus, parmi les premiers signataires, la mise en œuvre de la Charte était estimée bien trop longue et chère avant sa réelle application (5 ans pour les PNR du Vercors, Luberon et Vexin français) et nécessitant la création d'outils spécifiques sans aide ni accompagnement de la part d'Europarc.

Par ailleurs, hormis ce manque d'échange essentiel, cette absence de réseau de partenaires partageant et diffusant l'accès à de bonnes expériences, il apparaît également que, selon certains Parcs (Boucles de la Seine Normande, Marais du Cotentin et du Bessin), le contexte touristique d'ensemble étant suffisamment complexe et hostile (du côté politique et technique, marquant ainsi l'ignorance des pouvoirs décisionnaires locaux vis-à-vis de l'activité qui, de fait, font montre d'une attitude défaitiste), la mise en tourisme de ces territoires s'avère être problématique alors même que ces derniers possèdent des atouts naturels et patrimoniaux non négligeable ; dans ces cas-là, la charte ne montre aucun outil de persuasion face aux décideurs. Un manque au niveau de la promotion interne donc préjudiciable pour certains parcs qui se fait également sentir dans l'accompagnement des prestataires : un réseau de promotion interne et de diffusion de bonnes expériences

serait à même, par un rôle d'information et de communication, de pousser les acteurs à se mobiliser et s'engager dans les processus de progression. Car la plupart du temps, ils sont dépassés, n'ont ni le temps ni les moyens de s'occuper de ces problématiques ; il leur faut donc un accompagnement et une animation forçant leur implication (Boucles de la Seine Normande, Marais du Cotentin et du Bessin, Queyras) dans ces démarches.

De plus, dans ces contextes précis, la Charte Européenne fait souvent office de leurre pour les acteurs : dans cette situation, tant que les financements affluent, les actions sont entreprises par ces prestataires, mais dès qu'ils viennent à manquer, toutes les initiatives sont gelées et le tourisme dans les Parcs en pâtit en conséquence... Car le premier souci pour les acteurs évoluant dans ces dispositions reste avant tout de maintenir leur structure à flot, et aucunement l'adoption de la CETD : le problème des mentalités reste toujours le frein majeur à cette progression ; nombreux sont les acteurs bornés qui se satisfont de leur structure et ne veulent rien y changer, soit par routine, soit par crainte. Un important travail de sensibilisation au « durable » est une étape à effectuer au préalable afin de préparer les mentalités.

De plus, l'absence de base de travail commune sur le Volet 2 de la Charte est perçue comme un véritable frein à l'initiative étant donné que de nombreux Parcs attendent d'avoir ce support avant d'entamer tout travail avec les entreprises. Ce manque provoquait un vif mécontentement de la part des Parcs en attente de résultats et ayant des prestataires à accompagner, ne trouvant d'ailleurs aucun intérêt à la Charte sans la mise en application du Volet 2.

La position de la Charte sur cette étape était encore peu avancée (au niveau de la fédération) avant les rencontres de Strasbourg les 22 et 23 juin 2006, c'est pourquoi ces doutes subsistaient. À présent que la réflexion est lancée et qu'une base d'agrément est fixée, les limites de la CETD quant au travail avec les entreprises devraient s'estomper (elles le sont déjà pour les membres du réseau IPAMAC qui ont déjà initié cette procédure de Volet 2 à partir de 2002).

Ces principales bornes concernant l'application de la Charte Européenne subsistent toujours (mis à part l'application du Volet 2 qui est à présent à l'étude) et seront toujours propres à certains parcs. Celles-ci devraient malgré tout connaître certaines améliorations en suites aux rencontres de Strasbourg, qui, grâce aux

échanges et aux groupes de travail établis, seraient à même de fournir les bases d'un réseau viable et durable travaillant sur les problématiques communes initiées sur place (marketing et communication, tourisme et handicap et sports de nature).

CONCLUSION : PERSPECTIVES ET LIMITES DE L'ÉTUDE

Aux vues de tous ces éléments, nous sommes donc conduits à conclure de manière nuancée quant à l'application de la Charte sur les territoires concernés. La pertinence de son adoption et de son application sera donc observée au travers de la satisfaction ou non des attentes des Parcs. En complément, et comme annoncé au début de ce rapport, l'examen de cette dernière sera également complété par la comparaison avec les objectifs fixés du tourisme durable par **la Charte du Tourisme Durable** élaborée lors de la Conférence mondiale du Tourisme Durable de Lanzarote, permettant ainsi de juger de la qualité « durable » (dans le sens exposé précédemment) du tourisme instauré par la CETD. Ainsi, la satisfaction des besoins des Parcs et la cohérence avec les préceptes émis à Lanzarote pourront servir de pierre de touche à la pertinence et l'efficacité de la Charte.

Tout d'abord, concernant les principales attentes des Parcs vis-à-vis de l'adoption de la Charte européenne, il est déjà possible d'avancer une satisfaction plutôt mitigée de ceux-ci. En effet, il est manifeste de constater que l'ensemble des espoirs n'a pas été validé ; cela ne signifie pas, bien entendu, que le bilan en est négatif pour autant. Ainsi, une des attentes manifestées par les Parcs avait rapport à la compréhension et la maîtrise du concept et des enjeux du tourisme durable, attente qui a été satisfaite par la Charte. De même, la volonté de qualifier une politique touristique précédemment engagée était le souhait de nombre de Parcs, et celui-ci s'est également trouvé accompli. Par ailleurs, l'amélioration de la qualité de l'offre au bénéfice d'une qualification du territoire s'est grandement trouvée améliorée grâce à son adoption, et ce dans la plupart des territoires signataires.

Il est en revanche nécessaire de modérer certains aspects positifs de ce bilan en ce qui concerne la reconnaissance des Parcs en tant que référents sur la question du Tourisme Durable ; celle-ci est en effet loin d'être acquise pour chacun, de même que la reconnaissance par les acteurs du tourisme d'une culture

« développement durable » ; les prestataires ne restent en effet qu'encore peu sensibles à ces problématiques, bien que ce jugement soit à tempérer au sein des Parcs périurbains et touristiques, où les entreprises liées au tourisme font preuve d'attentions beaucoup plus poussées quant au caractère durable de leur activité. Par ailleurs, il est clair que pour les Parcs désirant obtenir une nouvelle porte d'entrée touristique pour leur territoire par l'adoption de la Charte, le bilan est négatif : la CETD ne permet en aucun cas une quelconque attraction du public vers les espaces signataires, tout du moins pour le moment.

Ce manque d'accomplissement vis-à-vis des besoins en vue de la signature de la Charte se trouve équilibré malgré tout par certains apports salvateurs à l'activité touristique pour ces espaces protégés. La Charte, pour la majorité de ses signataires, a permis de faire concevoir l'ensemble des précédentes actions touristiques menées dans les Parcs comme tenant d'une seule et même dynamique, et ainsi conférer à ses gestionnaires un certain recul quant à l'activité elle-même. Pour certains d'entre eux (notamment les adhérents à la démarche IPAMAC), il y a également pu y avoir de très bons rapprochements avec les prestataires privés, et le travail en partenariat a ainsi pu être initié sur de réelles bases « durables ». Ceux-ci ont ainsi clairement entamé les initiatives de travail sur le Volet 2 de la Charte et mènent dès lors une vraie stratégie territoriale de développement touristique durable. Malheureusement, il est également possible de prendre cet élément comme lacune de la Charte pour les premiers signataires comme pour les plus récents : en effet, le manque de bases communes de travail sur le Volet 2 est fortement décrié et bloque une majorité de Parcs quant à la prise d'initiatives relatives au travail avec les entreprises. Espérons que les avancées produites en la matière lors du séminaire de Strasbourg serviront positivement les Parcs.

Il est d'ailleurs à ce titre préjudiciable de constater que le travail avec les entreprises est considéré comme l'un des fondements du tourisme durable par la Charte du Tourisme Durable de Lanzarote, 1995. En effet, l'article 15 de cette dernière stipule que « *l'industrie touristique, en collaboration avec les organismes et les ONG dont les activités sont liées au tourisme, doivent définir le cadre spécifique de mise en œuvre des actions actives et préventives pour un développement touristique durable...* » Les entreprises touristiques doivent être liées à la stratégie

d'ensemble dès l'élaboration de celle-ci, ce qui n'est pas encore le cas pour la CETD ; l'outil ne présente donc pas encore de caractère « durable » comme le préconise cette Charte mondiale. Le travail en collaboration reste encore bien plus le fait des initiatives propres aux Parcs que celles de la Charte (ce qui par ailleurs constitue un élément positif pour les Parcs).

De plus, l'article 6 de cette même Charte précise également que « *les critères de qualité visant à assurer la préservation de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste, critères définis de manière conjointe avec les populations locales et basées sur les principes du développement durable, doivent être des objectifs prioritaires lors de la formulation des stratégies et des projets touristiques* », ce qui n'est pas le cas dans les Parcs. En effet, la population locale n'est pour ainsi dire jamais consultée pour définir ces critères de qualité (la portée de l'ouverture au public des réunions de révision de Charte lorsque le tourisme y est représenté reste encore à prouver étant donné sa relative jeunesse et le peu de poids du tourisme dans ces révisions), ce qui limite effectivement la portée « durable » des actions entreprises étant donné que celles-ci ne respectent pas pleinement le choix des collectivités locales dans la mise en place de leur stratégie touristique...

Enfin, on constate que les nécessités de réduction des effets des transports sur l'environnement recommandées par la Charte Mondiale dans l'article 16¹ restent bien plus du fait de l'initiative propre aux Parcs que de celle impulsée par la Charte. Toutes les mesures prises en ce sens n'ont pas été le fait de la Charte.

Il est cependant évident que tous les préceptes de la Charte du Tourisme Durable de Lanzarote ne sont pas applicables par la CETD, mais cependant, une incitation de sa part aurait été clairement bénéfique au côté « durable » qu'elle défend. D'ailleurs, pour en revenir au caractère strictement « durable » de la CETD, quelques remarques restent encore à faire. On peut effectivement constater qu'aucune mesure n'a été faite des réels besoins en conservation du milieu ou du soutien économique nécessaires aux communautés locales ; en effet, il est encore impossible de savoir si le maintien constant du capital naturel est effectif, de même que l'on ignore toujours si la mesure suffisante des bénéfices tirés par la population afin de palier à la consommation d'espace subie est respectée...

¹ « *Le rôle et les effets sur l'environnement du transport lié au tourisme doivent faire l'objet d'une attention particulière. Il convient dans ce sens de créer des instruments et de prendre des mesures afin de réduire la part des énergies et des ressources utilisées non renouvelables, et d'encourager les mesures visant à recycler les déchets engendrés dans les installations touristiques* »

Les principes de la Charte s'appliquent et se mettent en place avec plus ou moins de succès, c'est une chose ; mais la véritable question de la durabilité reste toujours en suspens. La Charte tente et réussit par endroits à concilier les besoins en préservation du territoire ainsi que les exigences économiques des milieux touristiques (cf L'expérience des dix Parcs pilotes de la CETD) ; mais l'équilibre qui permettra de prolonger harmonieusement ces deux exigences afin d'en faire profiter les générations futures est-il atteint ? Aucune mesure permettant de le savoir n'a été faite, et la *durabilité* de ces actions (et par conséquent de l'application de la Charte) reste encore à prouver. De plus, l'OMT et le Plan des Nations Unies pour l'Environnement ont mis en place trois indicateurs de mesure des coûts et avantages écologiques en 2002 (indicateur de capacité de charge, de perturbation de site et d'intérêt écologique) afin de supporter clairement les initiatives dans le cadre du tourisme durable. Ceux-ci ne sont pas utilisés, et aucune prise en compte semble être en vue. Aucun moyen n'est ainsi disponible pour mesurer l'impact du tourisme et donc la juste rétribution des communautés locales par le tourisme. C'est donc une lacune d'importance si l'on s'en tient aux critères de *durabilité*, théoriquement suivis par la Charte.

Cela dit, il serait incomplet de s'arrêter à ce bilan. En effet, bon nombre de principes énoncés dans la Charte Mondiale du Tourisme trouvent leur application dans les territoires par la CETD. Ainsi, pour tous les éléments relatifs à la contribution à la préservation du patrimoine naturel (Article 2, travail des Parcs de manière générale), à la préservation du patrimoine culturel (Article 3), de la planification de l'activité (Article 5), du soutien à l'économie locale (Article 7), de l'augmentation de la qualité de vie des populations locales (Article 8) et du partage équitable des bénéfices (Article 11, les autres articles étant plus généraux ou ne concernant pas les Parcs proprement dits), l'outil Charte s'est avéré concluant. Son application recoupe donc effectivement largement les besoins propres au tourisme durable, bien que certains fondamentaux restent encore à établir si l'on s'en tient aux préceptes de Lanzarote .

Pour en conclure sur la Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés, disons que celle-ci, aux vues de tous les éléments avancés dans

ce rapport, permet effectivement de penser correctement le tourisme durable sur les territoires, mais que la démarche n'est pas encore convenablement balisée et finalisée, pas encore « rodée » : l'absence d'agrément commun pour le travail avec les entreprises en est l'exemple le plus flagrant. L'outil reste donc encore à parfaire ; à l'inverse, ces manques semblent cependant avoir développés dans les Parcs un certain nombre d'initiatives et de bonnes pratiques en rapport à ces carences.

Un accord commun sur le Volet 2 de la part d'Europarc valable pour l'ensemble des signataires, accompagné d'une brochure explicative de la Charte à destination des entreprises et des élus, seraient des avancées déjà appréciables pour la praticabilité de la Charte. Il y a fort à croire que bon nombre de Parcs seraient séduits par ces nouveaux éléments étant données les principales retenues des Parcs intéressés vues précédemment.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

- **BENEDETTI C., BOCQUET V. et PLUME I.**, *Le tourisme durable, utopie ou réalité ?*, Lyon, Mars 2004
- **BENSAHEL L. et DONSIMONI M.**, *Le tourisme, facteur de développement local*, Polémique « Débats Echanges », Collection *Débats*, PUG Grenoble, 1999
- **BINET C.**, *Les attentes des acteurs du tourisme en PNR Queyras*, SEM GUILTOUR, non daté.
- **CAHIERS ESPACES**, *Tourisme Durable*, n°67, Novembre 2000
- **CAZES G., LANQUAR R.**, *L'aménagement touristique et le développement durable*, PUF Que sais-je n°1882, 2000
- **CNRTER**, *Vers un tourisme durable*, Actes de la 10^e Université d'été du tourisme rural, décembre 2000
- **COMMISSION « ENVIRONNEMENT, QUALITÉ DE VIE, CROISSANCE »**, *Croissance et environnement : les conditions de la qualité de vie*, la Documentation Française, Paris, 1993
- **DIRECTION DE LA PROTECTION DES ESPACES NATURELS ET URBAINS**, *Guide de la protection des espaces naturels et urbains*, La Documentation Française, Paris, 1991
- **DESVIGNES C.**, *sous la dir. de, Tourisme durable*, Les Cahiers Espaces n°67, Les Éditions touristiques européennes, Paris, novembre 2000
- **ENITA**, *Agritourisme et développement local*
- **L'ENVIRONNEMENT**, *Cahiers de l'Office fédéral de l'environnement, des forêts et du paysage de Suisse*, 01/2005, Berne, 2005
- **FAUCHEUX Sylvie et NOËL Jean-François**, *Economie des ressources naturelles et de l'environnement*, Ed Armand Colin, Paris, 1995
- **HEGUY JB**, *Le tourisme durable n'est-il qu'une utopie ?*, L'écho touristique n°2528, 8 décembre 2000
- **LEBRETON Philippe**, *La Nature en crise*, Sang de la Terre, Paris, 1988
- **Lettre des Parcs Nationaux**, *Spécial étude de fréquentation*, 1996

- **MEDEF**, *Pour que la France reste en tête : les recommandations de l'industrie touristique*, 2 juillet 2002
- **NOËL A.**, *Compte rendu des réunions avec le PNR Luberon sur la CETD*, 2006
- **NOËL A.**, *Transférabilité de la CETD*, 2006
- **PARCS**, *Focal Sport et nature : on peut choisir la bonne intelligence*, FPNRF, n°51, Paris, Février 2005
- **PARCS**, *Focal Tourisme Durable : du concept à la réalité*, FPNRF, n°43, Paris, Février 2002
- **PNR de l'Avesnois**, *Stratégie de développement du tourisme durable 2006-2010*
- **PNR des Boucles de la Seine Normande**, *Etat des lieux cartographié du tourisme sur le Parc*, 2003
- **PNR du Livradois-Forez**, *Stratégie de Développement touristique 2005-2010*
- **PNR du Lubéron**, *Réévaluation du PNRL CETD Phase 1*, juin 2006
- **PNR du Vercors**, *Stratégie tourisme durable 2003 - 2007*
- **PNR du Vexin Français**, *Les chiffres clés du tourisme*, octobre 2005
- **PNR du Vexin Français**, *Nouvelle stratégie touristique du Parc*, 2005
- **POUR n°99**, *Sous la crise, l'environnement*, GREP, Paris, 1985
- **TARDIF Jonathan**, *Ecotourisme et développement durable*, Institut des sciences de l'environnement, Université du Québec, Montréal, 2003

DATE DES ENTRETIENS GUIDÉS AVEC LES DIFFÉRENTS CHARGÉS DE MISSION TOURISME
DES PNR

- | | |
|-----------------------------------|-------------|
| - Marais du Cotentin et du Bessin | le 26/04/06 |
| - Vercors | le 27/04/06 |
| - Luberon | le 09/05/06 |
| - Avesnois | le 10/05/06 |
| - Livradois-Forez | le 10/05/06 |
| - Caps et Marais d'Opale | le 11/05/06 |
| - Pilat | le 22/05/06 |

- Queyras le 25/05/06
- Boucles de la Seine Normande le 30/05/06
- Scarpe-Escaut le 03/07/06

SOURCES INTERNET

- tourisme-durable.net
- parcs-naturels-regionaux.tm.fr
- europarc.org
- tourisme-sport-nature.com
- comite21.org
- parks.it/parco.alpi.marritime
- tourism-site.org
- veilleinfotourisme.com
- fr.franceguide.com
- sites des Parcs concernés par la CETD

ANNEXES

Rapport des entretiens avec les PNR :

- Marais du Cotentin et du Bessin	149
- Vercors	152
- Luberon	154
- Avesnois	156
- Livradois-Forez	158
- Caps et Marais d'Opale	161
- Pilat	163
- Queyras	167
- Boucles de la Seine Normande	169
- Scarpe-Escaut	173

PNR du COTENTIN

et du BESSIN

contacté le 26/06/06

LA CHARTE :

- MÉTHODES ET FACILITÉS / DIFFICULTÉS À TROUVER DES FONDS POUR METTRE EN ŒUVRE ?

Intérêt limité pour la demande de financement, car la Charte suivait le plan d'action du Parc mis en oeuvre avant l'adhésion. En revanche, une fois le label délivré, les fonds sont plus faciles à mobiliser grâce à cette image CETD.

- AVIS PERSONNEL SUR LA CHARTE

Le Parc ne s'estime pas particulièrement actif au sein du réseau des signataires de la charte, mais, en retour, n'a pas non plus l'impression de faire partie d'un véritable réseau de partenaires partageant et diffusant l'accès à de bonnes expériences. Il manque un aspect d'échange essentiel.

- Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION UNIQUEMENT ENTREPRISE GRACE À LA CHARTE ?

IMPACT DE LA CETD :

- Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

La Charte ne se traduit pas réellement en une plus-value directe, mais est plutôt perçue comme une reconnaissance et une récompense des actions entreprises en faveur du tourisme durable.

Elle a permis malgré tout de faire prendre du recul par rapport aux actions touristiques menées et de les percevoir en tant qu'ensemble d'une même dynamique et non plus éclatée. La stratégie a été ainsi réécrite autour de 7 axes. Elle a également mis en évidence le besoin d'un observatoire du tourisme (manquant) pour traiter :

- 1/ de l'offre ;
- 2/ des connaissances de fréquentation ;
- 3/ des résidences secondaires ;
- 4/ des enquêtes excursionnistes ;
- 5/ des enquêtes clientèle

AXES DE LA CHARTE	ACTIONS MENÉES	RÉSULTATS OBTENUS DEGRÉ D'EFFICIENCE/PERTINENCE	MESURES EN PLACE EN PLACE DES MESURES	SUITE PRÉVISIBLE/ABOUTISSEMENT
Protection et mise en valeur du patrimoine	Sentiers découverts et site d'observation des Pont d'Ouve	Très bons résultats depuis l'installation du site (1998) : 21 000 visiteurs/an • 38 équipements en sites et sentiers d'interprétation, carnet de commande plein	Foisonnement des commandes, et finalement obligation de se limiter ebn chiffre pour être réellement efficient et crédible vis à vis des collectivités (finir les projets)	Projet d'extension dans 2 ans du bâtiment de Pont d'Ouve en trillant la surface de la structure d'accueil • Atteindre et finaliser les 40 sites et sentiers pour la révision de charte
Amélioration de la qualité de l'offre touristique	Accueil porteurs de projets • Label Tourisme Handicap • Observatoire du Tourisme • Educ'tour	• Résultats satisfaisants pour l'accueil des porteurs de projets (environ 30 ont été menés à bien, principalement pour la création de gîtes ou chambres d'hôtes). Très porteur car permet aux bénéficiaires de gagner un réseau et de trouver des interlocuteurs pour chaque question.		Un diagnostic environnemental des prestataires touristiques est prévu en démarche volontariste de la part du Parc (assuré par un partenaire privé) pour les sensibiliser aux pratiques écologiques, notamment en matière d'économies d'eau et d'énergie et d'aménagement de l'accès dans le secteur d'Utah Beach.
Création d'une offre touristique spécifique	Création d'un espace accueil « marais » • Promotion marque Parc • Incitation vers les porteurs de projet TD (savoir-faire local,...)	• Les publications continuent • Les réunions Panda ont permis une réflexion à l'échelle régionale avec les 3 autres Parcs normands.		Les gîtes sont appelés à se développer et à gagner en nombre
Maîtrise de la fréquentation touristique	Régulation de la navigation par la mise en place d'une charte, de capteurs de niveau d'eau • Concertation commission eau		Quelques problèmes naissants avec l'arrivée des quads.	
Développement économique et social	Sensibilisation des entreprises au TD (Ecotrophées)		Difficultés à intéresser les acteurs du tissu local, hormis les prestataires du secteur d'Utah Beach, demandeurs de diagnostics environnementaux.	
Préservation et amélioration du cadre de vie et maintien des services	• Restauration du bâti dans le cadre du patrimoine vernaculaire (architecte du Parc, formation des artisans...)	• Grand intérêt de la part des locaux, et permet en même temps la formation d'artisans du cru, qui maintenant tournent avec un carnet de commande plein.	• Manque d'artisans • Problèmes de financements	• Appelé à être renforcé.
	• Des prestataires et du personnel			
Formation Sensibilisation du public	d'accueil ⇒ Educ'tour, formations Gîtes • Communication ⇒ Publications, salons touristiques et site Internet	• Assuré par le label Normandie Qualité Tourisme, satisfaction de la part des bénéficiaires • La mise en réseau des 4 parcs normands a permis leur représentation au sein de salons plus importants et garanti ainsi l'accès à une clientèle plus variée		• Les publications continuent • Mettre à jour le site pour 2007

<p>Suivi et évaluation du programme d'actions</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance de la demande touristique ⇒ enquêtes clientèles • Connaissance des caractéristiques du Parc dans le tourisme ⇒ SIG, stats des CRT et CDT 		<ul style="list-style-type: none"> • Problèmes de recoupage avec les données des CDT, CRT • Les comptages ne sont possibles clairement qu'au site de Pont d'Ouve 	<ul style="list-style-type: none"> • Observatoire à mettre sur pied, à rendre viable et pérenne.
--	--	--	--	---

PNR DU VERCORS

contacté le 27/04/06

LA CHARTE :

- MÉTHODES ET FACILITÉS / DIFFICULTÉS À TROUVER DES FONDS POUR METTRE EN ŒUVRE ?

Aucun étant donné que la charte a été intégrée à partir de la stratégie préexistante du Parc.

- AVIS PERSONNEL SUR LA CHARTE

Très peu satisfait, la charte s'avère pour le moment une grande perte d'argent et de temps pour la mise en place (trop long : 5 ans de rodage, pas d'aide à la mise en place, nécessite la création d'outils spécifiques) et n'a aucun intérêt si les Volets 2 et 3 ne sont pas mis en oeuvre. Les attentes sont donc très grandes vis à vis du forum de Strasbourg pour savoir si la démarche aboutit. Autrement, il y a de fortes chances pour que l'adhésion ne soit pas renouvelée.

- Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION ENTREPRISE UNIQUEMENT GRÂCE À LA CHARTE ?

Aucun, la charte a confirmé l'ancien plan d'action du parc, qui fait du tourisme "doux" depuis 1970.

IMPACT DE LA CETD :

- Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

Aucune plus-value. Pour l'instant, la charte n'est qu'un faire valoir et porte un potentiel d'image qu'il faudrait exploiter, car pour le moment, elle n'est qu'un cadre méthodologique, voire peut-être bientôt un moyen de regrouper les prestataires

- QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRODUCTEURS ?

Les impacts sont énormes : les gens associent une image de sympathie au Parc, qu'ils perçoivent comme une garantie de qualité C'est également un outil de progression formidable pour les hébergeurs et la gestion du territoire. Les hébergeurs sont fiers de valoriser ainsi leur territoire autour de valeurs communes.

Il ne manque qu'une communication à l'échelle nationale pour promouvoir la marque.

- LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? ⇒ Comment est axée la communication ?

Tout est à faire, et l'attente est forte pour l'application du Volet 2. La question demeure autour du vecteur de comm : la marque Parc semble plus porteuse que la Charte.

POINTS NOIRS :

- QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES « MARGINALES » : JEUNES, HANDICAPÉES, VIEUX ?

L'accueil a plutôt été marqué par des réticences concernant les tentatives envers les créations plus "familiales" ou bien "personnes à mobilité réduite" de la part des prestataires. Mais renouveau très intéressant depuis 1, 1/2 ans, et la dynamique inverse est en cours .

- Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ?

Dans le cadre des mesures des impacts liés à l'évènementiel : les organisateurs viennent voir comment se délivrent les autorisations, d'abord auprès du Parc, qui veut une vision spatiale de l'évènement (itinéraires...), qui donne d'abord son avis puis ensuite peut : dégager des fonds, donner des aides techniques (fonds carto, gardes verts, sensibilisation du public...) et a donc un rôle de concertation. Cette action ne s'est pas entreprise dans le cadre de la CETD, mais celle-ci a eu quand même un rôle de mise en cohérence de toutes ces actions ainsi que de mise en valeur de celles-ci.

- QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS D'ACCESSIBILITÉ ET DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

Le Parc a été initiateur ou accompagnateur avec les communautés de communes de projets tels que les voies vertes (réseau entre la majorité des communes du plateau) et d'opérations de covoiturage.

PNR du Lubéron

Contacté le 09/05/06

LA CHARTE :

- INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ?

Il n'y a pour le moment pas d'intérêt pour les habitants, car le territoire est déjà plus personnifié par sa classification "PNR", qui parle beaucoup plus aux habitants que la CETD. En effet, la caractéristique "Parc" affiche un taux de sympathie très probant chez les habitants, et fait donc relativement rude concurrence à la Charte européenne. Lors de l'application des Volets 2 et 3, celle-ci aura certainement plus de pertinence auprès des personnes concernées et rencontrera dès lors plus de reconnaissance.

- QUELLES ATTENTES CLAIRES DES SIGNATAIRES VIS À VIS DE LA CHARTE ?

Il était très souhaitable d'y postuler dans l'objectif de l'obtention d'un label : c'est dans l'optique d'une démarche de motivation que la signature a été voulue, pour s'astreindre à une obligation de progression, se donner une motivation supplémentaire afin d'aller de l'avant.

Il n'y avait pas d'attente vis-à-vis d'Europarc ou de son probable réseau, juste un souhait pour se fixer une position.

• AVIS PERSONNEL SUR LA CHARTE

Le Parc compte repostuler à la CETD car il est engagé sur des opérations de longue durée, et a donc l'obligation d'être patient... (les orientations du CPER suivent les grands traits de la stratégie de la CETD). D'autre part, le Parc a un rôle pilote envers les autres parcs de la région PACA, et cette adhésion sert aussi de médiation à ces autres espaces.

Le Volet 2 est évidemment très attendu, et affiche dès lors un plus grand intérêt de la part de la région pour ces territoires. En revanche, il ressort que la nécessité d'animation du réseau constitué par les signataires est indispensable, et devrait être assurée par une fédération.

• Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION UNIQUEMENT ENTREPRISE GRÂCE À LA CHARTE ?

Aucun. Des actions ont été faites dans le cadre de la CETD, mais celles-ci auraient quand même été entreprises sans ... La Charte a plus ou moins eu un petit rôle incitatif, mais ne fut pas l'impulsion originelle. La CETD a juste permis de communiquer davantage sur ces actions.

IMPACT DE LA CETD :

• Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

Non, mais apparemment ce n'en est pas l'objet non plus... Il est beaucoup plus question de qualifier l'offre en terme de durabilité et non pas en recherche de hausse de fréquentation ; le territoire étant déjà très touristique, les efforts ne sont plus à faire dans ce domaine, seule la qualification a du sens.

• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES ?

La marque Parc dans le domaine du tourisme a une position relativement contradictoire étant donnée son chevauchement avec la CETD. La marque est perçue comme une « usine à gaz » et la CETD sera privilégiée à celle-ci.

• LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? ⇒ Comment est axée la communication ?

Il n'y a pas de communication de faite sur la CETD ; ce serait à priori bien plus un outil et un support de travail pour les prestataires, un label clair et recommandable digne de reconnaissance avec le Volet 2. Mais il faut au préalable que le territoire soit identifié en tant que destination touristique.

POINTS NOIRS :

• QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

La CETD n'a encore servi que de faire-valoir à cette action, qui repose sur 3 mesures :

- Inventaire des sites patrimoniaux
- identification des sites accessibles
- équipement des sites facilement exploitables

Toutes ces mesures étaient donc déjà au programme du CPER, la charte n'a en rien impulsé cette dynamique. D'autres actions plus ponctuelles ont été entreprises, comme l'achat de matériel d'accessibilité, la création d'un parcours pour personnes à mobilité réduite à Cavaillon, des journées de sensibilisations à la LPO...

• Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ?

Cadre de travail en cours ; les efforts sont portés sur l'accessibilité.

• QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

Toujours hors du cadre de la CETD ; les efforts consentis sont plus en direction de la population du parc (bus). Des tentatives de rapprochements avec la SNCF sont en cours en coopération avec le Verdon, et une véloroute est en construction.

En ce qui concerne les études de fréquentation, celles-ci e sont pas faites par manque de moyens et d'absence d'intérêt en la chose : le Parcs ne voit pas l'intérêt de la volonté d'Europarc de systématiquement effectuer des études clientèles dans tous ces espaces. En effet, le territoire est déjà reconnu comme touristique et peu importe de savoir si un lieu tel que Gordes reçoit 100000 ou 200000 visiteurs/an : la manne est présente et connue, peu importerait son détail ; l'intérêt reposerait plutôt sur les milieux à faible fréquentation mais auxquels l'activité touristique serait des plus salvateurs, comme en zone rurale dévitalisée...

PNR DE L'AVESNOIS

Contacté le 10/05/2006

IMPACT DE LA CETD :

• Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES ?

De nombreux produits sont marqués Parc en confiserie, viande bovine, artisanat (poterie, verroterie en projet ...) ce qui a permis une méthode collective de travail et créé une dynamique de réseau, même si l'animation du Parc derrière reste toujours nécessaire. Les prestataires ont donc une bonne utilisation de l'image Parc, et l'intégration de ces productions dans un circuit interne valorisé par le tourisme est à prévoir.

• LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? ⇒ Comment est axée la communication ?

La profusion de label au niveau européen ne permet effectivement pas à la Charte de se démarquer en tant que marque « image » ou « prestation », et, pour le moment, le doute reste toujours quant à l'aboutissement de l'utilisation de la Charte : les acteurs ont toujours du mal à voir comment cela va se traduire ; il faut leur montrer comment concrétiser cet effort, les persuader que le TD n'est pas « rédhitoire ».

POINTS NOIRS :

• QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

• Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ?

Toujours les mêmes problèmes d'usage avec les loisirs motorisés ; de nombreux acteurs (randonneurs à pied, cheval et cycle) ont fait remonter les conflits jusqu'au Parc. Pour le moment, seul un effort de sensibilisation est fait dans ce domaine.

• QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

La question de la maîtrise de l'énergie est envisagée au travers de l'Agenda 21 : des groupes de travaux sont mis en place sur les thèmes de l'eau, des transports, de l'énergie, et un code de bonne conduite « environnementale » est instauré au sein de l'équipe.

Un partenariat ponctuel a également été monté avec la SNCF pour l'été afin de desservir pendant l'été les communes du Parc animées par des fêtes, découvertes...

LA CHARTE :

- INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ?

Les habitants de la Région sont les premiers touristes du Parc, c'est pourquoi il faut garder cette clientèle et maintenir un tourisme accessible, afin que ces habitants s'approprient la région, son patrimoine et sa culture. Le Volet social est également prépondérant, car de

nombreux jeunes manifestent l'envie de quitter la Région, le fait de créer de l'activité au sein du Parc permettrait entre autres de garder cette jeunesse sur le territoire.

Le tourisme doit leur être bénéfique : les « méthodes d'interprétation » permettent aux habitants la réappropriation du patrimoine par l'utilisation d'ateliers pédagogiques, d'évènementiels dans lesquels la population est actrice, de bornes paysagères pédagogiques ... Méthode très utilisée par les scolaires (expérimentée), transférable pour le tourisme ?

'autre part, les livrets pédagogiques sur les ballades et la valorisation du patrimoine rencontre un gros succès → intérêt local pour la Région...

• Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION / BONNE PRATIQUE UNIQUEMENT ENTREPRISE GRACE À LA CHARTE ? ET QUE VOUS SOUHAITERIEZ DIFFUSER ?

Non. Il y a eu beaucoup d'inspiration du travail de Scarpe-Escout (partenariat fort).

Les « méthodes d'interprétation » et de découverte du patrimoine seraient intéressantes à transférer à l'extérieur.

- QUELLES ATTENTES FACE À L'ADOPTION DE LA CHARTE ?

Elles sont multiples :

- obtenir une définition claire de ce qu'est le tourisme dans un Parc, un tourisme respectueux de l'environnement ayant de l'intérêt pour les habitants du territoire.

- profiter du tourisme naissant pour diffuser dès à présent une démarche qualité pour les acteurs ET pour les visiteurs (comportement).

- obtenir une réelle porte d'entrée touristique territoriale, ce que ne sont pas pour le moment les Pays d'accueil : la CETD permettrait au Parc d'être ce référent d'entrée.

- QUELS RÉSULTATS / APPORTS OBTENUS ?

• AVIS PERSONNEL / GÉNÉRAL SUR LA CHARTE

Des regrets quant au manque d'accompagnement : manque d'informations, pas de contact avec le réseau, cotisation chère pour une si faible plus-value (4000 euros pour un diagnostic) → dommage que la question financière règle et limite l'accès à la labellisation et soit si prégnante.

Le tourisme n'étant pas la priorité du Parc, la CETD a quand même permis de motiver et sensibiliser les acteurs autour du tourisme, qui sont à présent unis autour du sujet.

PNR DU LIVRADOIS-FOREZ

Contacté le 10/05/2006

IMPACT DE LA CETD :

• Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

→ Du point de vue des partenariats, c'est une bonne occasion pour profiter du projet et de le porter à de nombreux acteurs.

→ Elle a également permis de se poser les bonnes questions, de définir la meilleure stratégie possible en mettant à jour le coeur des problématiques (recul apporté par la mise à plat de l'ensemble des programme en cours).

→ Elle offre ainsi l'opportunité de disposer d'un Plan d'Actions raisonné et opérationnel.

→ C'est également une image, un outil de communication efficace pour les acteurs touristiques qui sont dorénavant plus facilement impliquables dans ces démarches durables.

• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES ?

Le Parc n'a pas de partenaire marqué. Il reste par ailleurs toujours l'incompréhension quant à l'existence de 3 signes de distinction d'hébergement touristique, qui semble apporter confusion et désintérêt de la part de la clientèle, en plus de contribuer aux lourdeurs administratives de classification.

En revanche, cette démarche de marquage serait très intéressante pour les prestataires si une démarche de prise en compte au niveau national était suivie, que la communication soit assurée au niveau des CRT, de Maison de France.... et qu'enfin un partenariat avec un distributeur était entendu (**application du Volet 3**) → aboutir à un système clairement normé.

Pour le moment, la clarification s'opère localement avec la création d'une association regroupant l'ensemble des hébergeurs touristiques.

• LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? □ Comment est axée la communication ?

La CETD n'est pas perçue comme un vecteur de communication auprès du public, mais plutôt (et essentiellement d'ailleurs) comme un outil de fédération des acteurs autour d'une même problématique. En effet, pour le moment, l'ambiguïté reste à propos de l'utilisation Marque Parc / CETD, et il est sûr que le potentiel image de la Marque est bien plus exploitable et révélé que celui d'une CETD.

La Charte reste un engagement, de la part des prestataires, pour éventuellement se diriger vers l'obtention de la Marque Parc. C'est dans cette optique que compte travailler le Parc.

La plus grande attente reste donc cet éclaircissement de la part de la Fédération sur la distinction entre Charte et Marque.

POINTS NOIRS :

- QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

Aucune. Le Volet 2 est attendu afin de convenir d'un positionnement commun sur le sujet.

- Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ?

Le Parc a un droit de regard sur les courses potentiellement dégradantes pour l'environnement (motos...), et est reconnu comme référence.

- QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

Les contrats de « Station Durable » signés avec 4 communes prennent en compte, par le biais des mairies, le rôle des transports dans la ville comme point important du développement durable. Par ailleurs, un projet de train touristique est à l'étude et permettrait également de faire chuter la circulation des poids lourds au sein du Parc par ferroutage ainsi que de développer le transport voyageur → issu de la création d'un pôle d'excellence rural.

LA CHARTE :

- INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ?

L'aspect complémentaire entre tourisme et acteurs provoque toujours des retombées positives sur les habitants par leur plus ou moins grande implication dans le territoire. Autrement, en ce qui concerne la sensibilisation, la CETD est jugée trop lourde et son application trop récente pour avoir eu des effets sur les habitants.

- Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION / BONNE PRATIQUE UNIQUEMENT ENTREPRISE GRÂCE À LA CHARTE ? ET QUE VOUS SOUHAITERIEZ DIFFUSER ?

OUI ! Le Plan d'Action d'application de la Charte se déclinait en 92 propositions, dont 2 dont clairement et uniquement été possibles grâce à l'adoption de la Charte :

- l'élaboration des contrats de stations durables (4 stations) en associant les prestataires, les OT, les mairies...
- la mise en place du Volet 2 de la Charte, en partenariat avec les Volcans d'Auvergne, crée ainsi un émulation pour le tourisme durable (prix aux prestataires impliqués dans le TD) et une perspective d'application du Volet 3

- QUELLES ATTENTES FACE À L'ADOPTION DE LA CHARTE ?

L'objectif était de profiter de la Charte pour redéfinir la stratégie du territoire et planifier les actions, tracer les orientations fortes afin de dessiner une stratégie dans l'optique de l'élaboration d'un Plan d'Action. L'outil de la Charte a donc été utilisé dans cet objectif d'aide à la qualification d'un programme.

- QUELS RÉSULTATS / APPORTS OBTENUS ?

Etant donné l'utilisation faite de la Charte en tant qu'outil stratégique, les résultats ne pouvaient pas être « décevants ». Celle-ci a permis de :

- mieux associer les partenaires
- mieux travailler les complémentarités
- mieux associer les habitants aux actions

• AVIS PERSONNEL / GÉNÉRAL SUR LA CHARTE

Le ressenti général de cette première année sous adhésion de la Charte montre clairement que la CETD est utilisée en tant que validation d'une démarche territoriale et entrepreneuriale et non en tant que garantie de prestation client.

Quant à Europarc, aucune attente particulière n'était manifestée : la structure est limitée et son action n'est pas indispensable pour le réseau en termes de touristiques. D'autre part l'avis des experts (et leur coût) quant au diagnostic se sont avérés d'une utilité bien superflue.

En dernier point, l'accent est mis sur la nécessité absolue d'avancer sur les Volets 2 et 3 (qui ne demanderait qu'un travail d'ajout étant donné qu'une agence est déjà en partenariat avec les PNR).

PNR DES CAPS ET MARAIS D'OPALE

Contacté le 11/05/2006

IMPACT DE LA CETD :

• Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

Tout d'abord il est nécessaire de préciser que le tourisme n'est qu'une préoccupation récente du Parc et que les moyens attribués à son développement restent encore limités. Mais il est déjà possible de dire que les plus-values attendues sont nombreuses :

- Tout d'abord vis-à-vis des élus : l'adoption de la Charte permettra ainsi une plus grande force de persuasion et une sensibilisation accrue face aux décideurs, et de fait un poids supplémentaire quant à l'attribution de fonds,
 - Une légitimité et une entrée plus marquée dans le tourisme viable et durable,
 - L'ouverture à des projets plus globaux et transversaux,
 - Une sensibilisation plus importante et efficace des prestataires → pouvoir valoriser le cœur de pays et ainsi faire refluer les touristes de la côte, permettant à l'OGS de mieux orienter les flux littoraux.

• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES ?

Elle se doit d'être bien intégrée sur le territoire avant d'avoir un réel effet. Celle-ci est déjà bien connue et appréciée des producteurs agricoles, et de nombreux produits sont ainsi marqués (et mis en valeurs sur le site). En revanche, les gîtes Panda sont eux très peu connus (seulement 3 gîtes sur le territoire), peu attrayants pour les prestataires, qui ne s'y intéressent pas (une seule demande en attente) et se tournent vraisemblablement vers d'autres labels (Accueil paysan, Accueil à la Ferme...) étant donné la nature de ces derniers (agriculteurs disposant de bâtiments à reconverter pour ainsi diversifier leur activité).

D'autre part, un manque d'information de la part de la Fédération et du WWF est ressenti et pourrait peut-être expliquer ce désintérêt (car c'en est un, les autres gîtes sont nombreux sur le territoire du Parc).

• LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? □ Comment est axée la communication ?

Elle n'a à priori pas besoin d'être si lisible que cela aux vues de sa destination pour le Volet 1. En revanche, dès l'application des Volet s 2 et 3, elle pourra alors être un vecteur de communication ; son efficacité sera malgré tout à démontrer.

POINTS NOIRS :

- QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

Deux sentiers au sein de la Réserve sont équipés tous publics et permettent dès lors l'accès aux malvoyants, personnes à mobilité réduite...

D'autre part, sur les quatre maisons du Parc, trois sont adaptés pour également recevoir les personnes à mobilité réduite. Enfin, les équipements les plus récents (de moins de 10 ans) sont pour la majorité équipés (la coupole d'Helfaut, rando-rail...).

- Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ?

De nombreux problèmes se posent encore au sujet de la cohabitation entre randonneurs en quads, 4*4, pédestre et équestre... Le problème prend de l'ampleur avec la venue de pratiquants belges et néerlandais, interdits de quads en Benelux, qui font fortement augmenter les fréquentations sur les chemins de randonnée. Pour le moment, les seules actions possibles sont informatives auprès des mairies, aptes ensuite à prendre des arrêtés communaux afin d'e réguler la pratique.

En ce qui concerne les raids (VTT...), le Parc a essentiellement une mission d'information auprès des organisateurs à propos de la praticabilité des sentiers (en bordure de littoral notamment), qui demandent généralement les permissions d'emprunter ces voies ; les problèmes sont donc peu fréquents.

- QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

Cette question ne suscite aucun effort de la part du Parc étant donné la qualité des dessertes ferroviaires de la région (service TER très performant). Un projet de véloroute est à l'étude.

LA CHARTE :

- INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ?

Par le biais du *Journal de l'Été*, le Parc présente aux 88000 habitants du territoire (qui pour la plupart ne se soucient guère d'habiter dans un PNR) toutes les manifestations et attractions du domaine. Cette année, un questionnaire à leur destination est diffusé afin de connaître leur ressenti quant au tourisme durable et à la Charte Européenne. Réponses fin septembre.

- Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION / BONNE PRATIQUE UNIQUEMENT ENTREPRISE GRACE À LA CHARTE ? ET QUE VOUS SOUHAITERIEZ DIFFUSER ?

Du côté des gîtes, le chargé de mission écodéveloppement effectue un important travail d'information à l'adresse des propriétaires sur les économies d'énergies (isolation, eau, récupération des huiles usagées pour les restaurateurs...) qui n'aurait peut-être pas été envisagé sans l'optique de la CETD. Les financements supplémentaires attendus

indirectement par l'attribution de la Charte permettraient de prolonger et d'amplifier cette mission.

D'autre part, même si celle-ci n'a pas été initiée ou impulsée par la Charte, la mise en place des estaminets de randonnée est une initiative qui mériterait d'être diffusée ; en effet, cette démarche cumule les avantages du maintien des services en milieu rural, de l'amélioration de l'offre touristique, de la diffusion de la marque Parc et enfin de l'animation du territoire. Ainsi, 22 estaminets ont vu le jour et 2 nouveaux sont en attente. Par ailleurs, l'existence d'une charte de qualité oblige les prestataires à une rigueur garantissant le service aux usagers.

C'est donc une action qui gagnerait à être diffusée dans les territoires marqués par l'activité randonnée.

- QUELLES ATTENTES FACE À L'ADOPTION DE LA CHARTE ?

Le Parc attend plus de légitimité et de reconnaissance sur le Tourisme durable afin de devenir interlocuteur privilégié en la matière sur son territoire et pouvoir par là même gérer convenablement les activités (être d'une autorité supérieure aux EPCI serait profitable). Les ambitions seront clairement définies après le rendu des experts de Protourisme.

- QUELS RÉSULTATS / APPORTS OBTENUS ?

• AVIS PERSONNEL / GÉNÉRAL SUR LA CHARTE

La mise en place de la Phase 2 suscite de nombreuses interrogations et inquiétudes.

PNR DU PILAT

Contacté le 22/05/2006

I/ IMPACT DE LA CETD :

A• Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

OUI. Et elle est réelle : la Charte du Parc (2001) avait dans son Volet tourisme comme première action l'adhésion à la CETD, qui correspondait à un moyen de positionner le tourisme.

Celle-ci a ainsi permis un affichage clair par rapport à ses partenaires : augmentation de la capacité d'accueil par ex (lits touristiques ont doublé 5 000 → 10 000), sans atteintes à l'environnement... A conféré également une valeur supplémentaire pour un espace périurbain, et a également tiré l'ensemble de l'offre vers une qualité supérieure suivant les préceptes de la Charte

En revanche, pour les clients, la plus-value n'est pas sensible.

B• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES (TOURISTIQUES ET AUTRES) ?

Aucun produit marqué Parc.

C• LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? □ Comment est axée la communication ?

La Charte n'est pas dirigée vers le public, donc pas de lisibilité.

II/ POINTS NOIRS GÉNÉRALEMENT CONSTATÉS:

A• QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

Sur chaque équipement nouvellement créé, on essaie d'intégrer ce paramètre ; la Maison du Parc est entièrement équipée pour (selon normes en vigueur, jardin extérieur accessible...), mais sur l'ensemble des sites touristiques, la proportion de lieux aménagés est faible (estimée à 20 %).

Cela pourrait-être un axe de développement par la suite.

B• Y-A-TIL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ? COMMENT ?

La Parc fait des préconisations à la préfecture sur les dispositifs spéciaux à prendre dans le cadre de ces pratiques.

En ce qui concerne les compétitions, les préconisations sont faites à propos de la sécurité (motos...), la gestion des déchets et la réglementation de l'affichage (nombre de panneaux, emplacement, durée d'affichage et taille sont rigoureusement réglementés par la Commission locale de signalisation : élus, cadre du Parc : 2005)

C• QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

Pas énormément de choses entreprises :

- une meilleure desserte de bus sur les sites touristiques (nouveaux arrêts et allongement des lignes) vient juste de se mettre en place
- création en cours de deux voies vertes (2007 et 2008)

D → PENSEZ-VOUS QU'IL Y A DES MANQUES / LACUNES DANS CES DOMAINES ? ET DES BONNES PRATIQUES À DIFFUSER AILLEURS ?

La priorité des prises en compte reste les personnes à mobilité réduite, où là le travail reste encore important ; ensuite, les questions de circulation douce sont toujours un manque dans le sens où aucun retour des nouvelles dessertes n'a été enregistré. Une étude sur l'ensemble des déplacements dans le Parc (comprenant donc le tourisme) est en cours, qui aboutira sur un diagnostic et un affichage d'objectif au premier trimestre 2007.

III/ LA CHARTE :

A- INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ? A-T-ELLE UN RÔLE À APPORTER QUANT À LA SENSIBILISATION ET À L'APPROPRIATION DU PATRIMOINE PAR LES HABITANTS DU PARC ?

Ce n'est pas un rôle essentiel, c'est le rôle du Parc en général de diffuser et d'animer sur les programmes culturels, patrimoniaux. L'outil de la Charte peut y contribuer, mais ce n'est pas son point de fonctionnement central, c'est un objectif périphérique.

Pour se faire, il faudrait que l'on puisse avoir des critères mesurables et étalonnables d'évaluation pour pouvoir suivre correctement ces actions et leurs évolutions.

B• Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION / BONNE PRATIQUE UNIQUEMENT ENTREPRISE GRÂCE À LA CHARTE ? ET QUE VOUS SOUHAITERIEZ DIFFUSER ?

OUI : la démarche vis à vis des entreprises touristiques ; la CETD a donné un point d'appui au Parc pour démarcher auprès de ces entreprises pour les intégrer dans la démarche d'amélioration (en ce qui concerne l'environnement, les économies d'énergie, d'eau...) → on a pu ainsi entrer en dialogue sur autre chose que la promotion et la commercialisation, et on a pu se centrer plus sur des problématiques individuelles que collectives (sur la qualité globale du territoire).

C- QUE MANQUE-T-IL A VOTRE TERRITOIRE POUR QU'IL SOIT « DURABLE » D 'UN POINT DE VUE TOURISTIQUE ?

Environnement : il faut gérer convenablement la fréquentation de la clientèle de proximité (2,5 millions) pour les accueillir dans de bonnes conditions, satisfaire leurs besoins en maintenant la qualité environnementale du Parc → a toujours besoin de progresser pour conserver sa durabilité et lutter contre la progression de l'urbain

Economie : le tourisme donne de la valeur à l'environnement → à fortiori le tourisme de séjour ; la vie et la progression du tourisme impliquent une augmentation du nombre d'emploi et donc un maintien de l'activité en milieu rural et périurbain et donc un entretien environnemental → si celui-ci devient suffisamment important, il est alors un interlocuteur sérieux et pris en compte (ex de déviation d'A dans vignoble....).

Social : en terme de clientèles fragilisés (il faut rester accessible) et de pérennisation des emplois.

→ Le travail de durabilité est donc à porter sur la gestion territoriale, et le social par le biais économique (= rien de neuf).

D- QUELLES ATTENTES FACE À L'ADOPTION DE LA CHARTE ?

Développer le tourisme dans le PNR et des outils pour engager les prestataires touristiques (cf plus haut)

E- QUELS RÉSULTATS / APPORTS OBTENUS ?

Satisfaits de ces résultats, tous les objectifs devraient être atteints.

F• AVIS PERSONNEL / GÉNÉRAL SUR LA CHARTE

Attentes maintenant sur le Volet 2 pour voir cela à Strasbourg ;
Apprécie l'esprit du réseau, le sentiment de faire partie et d'être membre d'une équipe (Europarc ?) surtout grâce à IPAMAC, puis à présent avec une pensée commune du tourisme.

Il reste à présent à éclaircir les points avec la marque « Parc » et Panda..., voire également si l'on peut aller vers des certifications...

PNR DU QUEYRAS

Contacté le 25/05/06

IMPACTS DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE :

- QUELLE EST LA PLUS-VALUE ATTENDUE / SOUHAITÉE POUR UN PARC QUI S'OCCUPPE DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE ?

Pour nous, l'intérêt est d'avoir une méthode pour mettre en place une réflexion globale sur le développement touristique et non une démarche par secteur (hébergement, aménagement, activités...) ou pire par prestataires.

Fédérer tout ce monde (ou toutes les filières) dans une seule démarche, c'est aussi la possibilité d'avoir une communication plus homogène sur le tourisme donc une meilleure valorisation du territoire en tant que destination soutenable !

• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES (TOURISTIQUES ET AUTRES) ?

On est en train de la développer : rédaction en cours d'une charte pour les hébergeurs (hôtels, gîtes et chambres d'hôte) et les prestations d'éducation (accompagnateur en montagne, animateur nature)
Donc pour le moment, le seul impact est de fédérer les acteurs d'un même secteur et suite aux premières rencontres et formations les échanges sont riches !

Domage de ne pas avoir abordé le sujet de la marque dans le séminaire puisque le mot « ecolabel » est souvent revenu. Peut être créer un autre groupe de travail sur ce sujet qui semble concerner tout le monde ? On a pas mal de chose à apprendre des pays d'Europe du nord là-dessus.

• QUELLE EST LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION TOURISTIQUE DU PARC ?

POINTS NOIRS GÉNÉRALEMENT CONSTATÉS :

• QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

Nous avons fait faire un diagnostic sur ce thème l'année dernière : le constat n'est pas très positif. Aucune mesure n'a été prise pour le moment bien que le Département ait placé le développement du label Tourisme et Handicap dans ses priorités.

Par contre, nous organisons depuis 2 ans des événements en hiver à destination de cette clientèle avec des bons retours : s'il est assez compliqué d'aménager les sentiers, la neige se prête très bien aux activités pour ces clientèles (luge, ski de fond, de piste, ski joerring)

- Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ? COMMENT ?

Nous n'avons pas de gestion particulière mais la sous préfecture nous demande de nous positionner pour chaque événement sportif organisé

- QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

→ PENSEZ-VOUS QU'IL Y A DES MANQUES / LACUNES DANS CES TROIS DOMAINES ? ET DES BONNES PRATIQUES À DIFFUSER AILLEURS ?

LA CHARTE :

- INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ? A-T-ELLE UN RÔLE À APPORTER QUANT À LA SENSIBILISATION ET À L'APPROPRIATION DU PATRIMOINE PAR LES HABITANTS DU PARC ?

• Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION / BONNE PRATIQUE QU'IL SERAIT UNIQUEMENT POSSIBLE D'ENTREPRENDRE GRACE À LA CHARTE ? ET QUE VOUS SOUHAITERIEZ DIFFUSER ?

• QUE MANQUE-T-IL A VOTRE TERRITOIRE POUR QU'IL SOIT « DURABLE » D'UN POINT DE VUE TOURISTIQUE (L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE RÉPOND-T-ELLE AUX TROIS FONDEMENTS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE) ?

- QUELLES ATTENTES FACE À L'ADOPTION DE LA CHARTE ?

• AVIS PERSONNEL / GÉNÉRAL SUR LA CHARTE :

PNR DES BOUCLES DE LA SEINE

I/ IMPACT DE LA CETD :

A• Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

Evidemment, ce n'est pas mesurable, mais les acteurs commencent à être plus sensibilisés et à tendre un peu plus l'oreille aux problèmes environnementaux.

La Charte Européenne a plus pour les acteurs un aspect de leurre, car tant que les crédits affluent, les actions sont entreprises, mais dès que le robinet se coupe, tout s'arrête, et le tourisme dans les Parcs en pâtit en conséquence...

Mais pour le moment, le plus important, c'est d'aborder la stratégie et le positionnement marketing du Parc pour que chacun trouve sa place dans un schéma d'ensemble... Car le premier souci des prestataires c'est d'abord de maintenir leur structure à flot, et pas du tout l'adoption de la CETD ; un travail préalable de sensibilisation au « durable » est une étape encore à effectuer afin de préparer les mentalités.

Par la suite, le Parc pourra alors enfin aller sur le développement de l'activité, la recherche de nouvelles clientèles, de nouvelles offres, de venir « un guide vers un mieux » ; mais le problème des mentalités reste toujours le frein majeur à cette progression : nombreux sont les acteurs « bornés » qui se satisfont de leur structure et ne veulent rien changer par routine ou par crainte...

C'est pourquoi la CETD a été dans ce cas là une mise en place un peu prématurée, car un gros travail préalable sur l'acceptation locale reste à faire.

B• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES (TOURISTIQUES ET AUTRES) ?

Pas d'utilisation, aucune concertation...

C• LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? □ Comment est axée la communication ?

La CETD peut être use comme outil autant que comme label pour la communication, même si il apparaît aux vues du Parc que les critères environnementaux ne sont pas les points fondamentaux de choix quant aux prestations retenues par les touristes ; ceux-ci toucheront vraisemblablement des niches dans un premier temps... Il y a là encore un travail de sensibilisation à effectuer.

D'autre part, la question reste quant à la différenciation du label « Charte Européenne » par rapport aux autres qui eux aussi font du tourisme durable. Quel va être le « plus » apporté, l'avantage concurrentiel qui va permettre au visiteur de se diriger vers ces établissements ou ces activités ? Quelle lisibilité apportera cette attribution ?

II/ POINTS NOIRS GÉNÉRALEMENT CONSTATÉS:

A• QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

Utilisation du label « Tourisme et Handicap », mais également efforts entrepris pour faire du mieux sur les sites qui structurellement ne pourront pas obtenir ce label (étude d'accessibilité sur 30 sites patrimoniaux) car il se révèle souvent trop contraignant ; il reste néanmoins beaucoup à accomplir.

B• Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ? COMMENT ?

Non, pas spécialement ; un évènementiel de promotion de la randonnée, « les journées de la randonnée », est organisé afin de diffuser les pratiques de toutes les randonnées dans le Parc...

C• QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

Groupe de travail programmé pour septembre...

D → PENSEZ-VOUS QU'IL Y A DES MANQUES / LACUNES DANS CES DOMAINES ? ET DES BONNES PRATIQUES À DIFFUSER AILLEURS ?

Le produit « Randonnez sans bagage » mériterait d'être plus diffusé et de s'amplifier, le concept est intéressant et la commercialisation par un TO (France Randonnée) est déjà du Volet 3...

Menée avec le Comité Régional de Normandie, les prestataires privés du territoire du parc (restauration, hébergement, location de vélo, accompagnement), cette action permet de mettre en marché des séjours de plusieurs jours sur le territoire du Parc. Vendus par une agence de voyage spécialisée sur l'offre randonnée, ces séjours sont conçus pour répondre aux demandes des clientèles actuelles en matière de tourisme vert et de tourisme de nature. Ces séjours proposent des randonnées à pied ou à vélo en différentes saisons.

III/ LA CHARTE :

A- INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ? A-T-ELLE UN RÔLE À APPORTER QUANT À LA SENSIBILISATION ET À L'APPROPRIATION DU PATRIMOINE PAR LES HABITANTS DU PARC ?

On commence à sentir un début de sensibilisation des habitants à leur patrimoine et à l'intérêt qu'on peut lui porter → l'aménagement paysager est très privilégié maintenant grâce aux 30 ans de travail du Parc et à l'évolution des mentalités sur la conservation du patrimoine ; ce n'est en revanche pas le fait de la Charte.

B• Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION / BONNE PRATIQUE UNIQUEMENT ENTREPRISE GRÂCE À LA CHARTE ? ET QUE VOUS SOUHAITERIEZ DIFFUSER ?

Difficile car assez peu de recul... Il y a malgré tout l'étude clientèle qui a été menée uniquement grâce à la Charte, et la stratégie marketing va être également entreprise seulement pour la Charte...

C- QUE MANQUE-T-IL A VOTRE TERRITOIRE POUR QU'IL SOIT « DURABLE » D'UN POINT DE VUE TOURISTIQUE ?

Il manque principalement des mentalités ouvertes et prêtes à accepter un changement de pratique, une nouvelle dynamique de réseau qui s'est essouffée depuis 10 ans et qui rend chaque acteur de plus en plus indépendant et égoïste, donc plus de complémentarité des activités et ainsi une baisse de fréquentation remarquée.

Certaines structures sont déficitaires mais maintenues car présentes dans des endroits en déprise et qui se retrouvent isolées par le manque de dynamique de réseau.

Le profil général est au repli sur soi, les prestataires ne savent plus par quel bout prendre le problème du tourisme...

D- QUELLES ATTENTES FACE À L'ADOPTION DE LA CHARTE ?

Comme souvent, la CETD est prise pour une récompense des actions entreprises précédemment, une certification des efforts consentis pour, à terme, obtenir les crédits alloués aux signataires, jusqu'à leur épuisement et la fin des actions « durables » ?

Elle permettrait également de faire un point plus global et d'offrir un recul sur l'ensemble des activités entreprises après 30 ans d'activité du Parc.

E- QUELS RÉSULTATS / APPORTS OBTENUS ?

Attente tout d'abord d'une nouvelle équipe politique afin de pouvoir vraiment banker sur quelque chose de nouveau en matière touristique, trouver un nouveau dynamisme pour impulser des nouvelles actions en faveur du tourisme durable.

F• AVIS PERSONNEL / GÉNÉRAL SUR LA CHARTE

Il y a un énorme manque de réseau qui pourrait pousser les acteurs à se mobiliser et s'engager dans les démarches ; pour le moment, ils se sentent dépassés, n'ont ni le temps ni les moyens de s'occuper de cela, il leur faut donc un accompagnement de qualité+.

En général, pour le tourisme, le contexte d'ensemble est assez ardu : beaucoup d'élus et de cadres n'y connaissent rien et ne veulent pas s'y pencher, ont une attitude défaitiste. En revanche, le territoire a des atouts non négligeable : de très nombreux sentiers de randonnée accessibles pour les personnes âgées, des paysages magnifiques, un patrimoine bâti et culturel intéressant, il reste à trouver la « mise en tourisme » de ce patrimoine, son articulation...

De plus, la région et les départements semblent motivés pour développer le tourisme dans le Parc, donc le meilleur reste encore à venir, le bilan sera à faire plus tard.

PNR DE SCARPE-ESCAUT

Contacté le 16/05/2006

IMPACT DE LA CETD :

• Y'A-T-IL UNE PLUS VALUE RÉELLE GRÂCE À L'ADOPTION DE LA CETD POUR LE TOURISME ?

La CETD a permis de diagnostiquer le territoire, de mettre à plat l'état des lieux du territoire et de le faire partager aux acteurs locaux et aux partenaires.

Elle a permis :

- l'implication des partenaires dans l'élaboration de la stratégie du tourisme durable
 - Présentation au syndicat des communes intéressées
 - Commission du tourisme durable du Parc réunie semestriellement avec les élus du Parc et les partenaires touristiques, permettant de mobiliser et de fédérer l'ensemble des acteurs touristiques à l'échelle territoriale.
 - Deux voyages (un sur la Charte, un sur le patrimoine minier)
- l'implication des administrations et établissements publics (Etat et services déconcentrés, CDT, CRT : membres de la Commission du tourisme durable)
- et l'implication modérée des intercommunalités qui étaient en structuration au moment de l'élaboration de la Charte.

Des réunions de consultations et / ou de séances de restitutions publiques des résultats du diagnostic ont conforté ces résultats :

- Grosse mobilisation des partenaires professionnels
- 7 réunions par filière à l'issue de l'élaboration de la stratégie et du Plan d'Actions
- 3 à 4 par an auprès des filières + contacts réguliers (éducateurs par ex)

• QUELS IMPACTS A LA MARQUE PARC ? AVIS DES PRESTATAIRES ?

Pour l'instant : pas de marquage dans le cadre de la CETD.

Les prestataires nous font remonter des besoins de réalisations concrètes.

• LISIBILITÉ DE L'OFFRE / MARQUE ET DE LA CHARTE AU SEIN DES LABELS EUROPÉENS ? □ Comment est axée la communication ?

Le PNR communique sur la CETD (lettre du Tourisme Durable, journal du Parc, newsletter, salon des vacances à Bruxelles, salon de la randonnée à Paris et Tourissima à Lille), mais n'axe pas sa communication sur la marque.

Une étape transversale sur la valorisation des produits fermiers a permis de repositionner l'utilisation de la marque Parc.

POINTS NOIRS :

• QUELLES MESURES ONT ÉTÉ TROUVÉES POUR INTÉGRER LES CLIENTÈLES A MOBILITÉ RÉDUITE ?

- Sensibilisation des acteurs des projets au label tourisme et handicap
- Promotion des structures labellisées (carnet pratique)
- Labellisation du site des Argales, emblématique du patrimoine minier, pour l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.

• Y-A-T-IL UNE GESTION PARTICULIÈRE FAITE VIS À VIS DE L'ÉVÈNEMENTIEL NATURE (COMPÉTITIONS SPORTIVES NOTAMMENT) ?

- Challenges transfrontaliers valorisant les pratiques sportives cyclotouristes et équestres pour la découverte du territoire du Parc naturel transfrontalier du Hainaut.
- Valorisation de l'ensemble des animations portées et proposées par les associations et autres secteurs du territoire transfrontalier via *le nature en poche* (parution semestrielle mettant en valeur les initiatives locales en matière de découverte du patrimoine, les sorties natures, la découverte à pied, à vélo, à cheval, les événements culturels, les expositions, conférences, croisières fluviales et activités nautiques).

• QUELLES SOLUTIONS ENVISAGÉES POUR LES QUESTIONS DE CIRCULATION « DOUCE » AU SEIN DU PARC ?

A priori, le Parc n'engage pas d'actions spécifiques en ce domaine : la communauté d'agglomérations de la Porte du Hainaut travaille sur les plans de déplacements d'entreprises, et une association lilloise cherche à développer les plans de déplacements scolaires.

➔ PENSEZ-VOUS QU'IL Y A DES MANQUES / LACUNES DANS CES DOMAINES ?

Il serait judicieux de développer une offre globale pour les personnes à mobilité réduite. Pour l'instant, l'accent est mis sur les hébergements, il serait important de labelliser des sites extérieurs à proximité des hébergements déjà labellisés Tourisme et Handicap.

LA CHARTE :

• INTÉRÊT DE LA CHARTE POUR LES HABITANTS DU PNR ? A-T-ELLE UN RÔLE QUANT À LA SENSIBILISATION ET À L'APPROPRIATION DU PATRIMOINE PAR LES HABITANTS DU PARC ?

Ils en sont les gros bénéficiaires pour l'offre de loisirs, même si le Parc ne communique pas directement vers eux.

La Charte peut être un très bon outil de sensibilisation par rapport au patrimoine local car le territoire est marqué par le tourisme de proximité et l'excursionnisme. Deux circuits d'interprétation ont déjà été mis en place, et tout un travail auprès des scolaires est mis en

place en ce qui concerne la découverte de la Nature (programme Objectif Nature), le patrimoine bâti (les cheminements du patrimoine).

• Y'A-T-IL UN EXEMPLE CONCRET D'ACTION / BONNE PRATIQUE UNIQUEMENT ENTREPRISE GRACE À LA CHARTE ? ET QUE VOUS SOUHAITERIEZ DIFFUSER ?

- Carnet de découverte thématique
- L'outil d'accueil « boîte à coucou » chez les propriétaires de gîtes
- L'évaluation de la fréquentation des milieux ouverts

- QUE MANQUE-T-TIL À VOTRE TERRITOIRE POUR QU'IL SOIT « DURABLE » D'UN POINT DE VUE TOURISTIQUE ?

Le tourisme se construit et se structure par le biais de la CETD. Aujourd'hui, il manque de la valeur ajoutée créée par le tourisme, et une culture commune des acteurs que l'on crée progressivement en les sensibilisant (éducteur sur les énergies renouvelables en 2005, éducteur sur la culture Parc et les techniques d'animation en novembre 2006). La durabilité se construit en même temps que se développe l'activité touristique.

- QUELLES ATTENTES FACE À L'ADOPTION DE LA CHARTE ?

- Qu'elle soit portée par les acteurs, d'où l'intérêt de créer un réseau d'ambassadeurs qui partagent leurs expériences et leurs savoir-faire, avec en commun la culture du territoire et du Parc. Opération parallèle à la mise en œuvre du Volet 2 de la CETD.
- Un gain d'image et de notoriété

- QUELS RÉSULTATS / APPORTS OBTENUS ?

- Un noyau dur d'acteurs motivés et le repérage de porteurs de projets ayant l'esprit Parc.
- L'intérêt et la volonté pour le développement d'une réelle économie touristique s'appuyant sur les principes du développement durable.

En collaboration et avec le soutien de :



www.parc-naturels-regionaux.fr



FEDERATION DES PARCS NATURELS REGIONAUX DE FRANCE

9, rue Christiani 75018 Paris

Tél. : 01 44 90 86 20 / Fax : 01 45 22 70 78

E-mail : info@parcs-naturels-regionaux.fr