

Parc national du Mercantour

Orientation 04: Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

[...]

- **Mesure 18: Mettre en scène les patrimoines naturels et culturels**

Les patrimoines naturels et culturels ne sont pas encore mis en valeur à hauteur de leur potentiel touristique. La répartition des équipements et infrastructures reste inégale sur l'ensemble de l'aire d'adhésion, avec en outre une concentration des activités sur des saisons très courtes.

Les projets structurants en matière d'équipement touristique nécessitent le plus souvent une maîtrise d'ouvrage publique. Ils sont à penser de façon globale, en valorisant l'identité du Mercantour. Il s'agit d'obtenir une meilleure répartition sur l'ensemble de l'aire d'adhésion et de réduire la durée des saisons creuses.

Les acteurs du territoire veilleront à promouvoir des aménagements intégrés au paysage (cf. orientation 1), compatibles avec le maintien de la richesse du milieu naturel (cf. orientation 2) et évitant la banalisation ou la détérioration irréversible des sites. Une attention particulière sera portée aux aménagements proches du cœur de parc. La maîtrise des flux touristiques, dans le temps et dans l'espace, guidera également les choix d'aménagement.

Grâce à la complémentarité des interventions des différents acteurs publics, les infrastructures existantes seront maintenues en bon état ou feront l'objet de requalifications, de même que des infrastructures et équipements touristiques nouveaux seront réalisés :

- réseau de sentiers de randonnée de qualité, renforçant l'image d'espace privilégié de randonnée et de promenade. La connexion entre les sentiers du cœur et ceux de l'aire d'adhésion sera réalisée dans le cadre des PDIPR, en veillant à limiter l'impact des travaux et de la fréquentation générée ;
- signalétique touristique à l'échelle de chaque vallée, valorisant les patrimoines et les circuits d'interprétation au départ des villages ;
- valorisation et mise en scène des châteaux et architectures civiles, édifices et patrimoine religieux, sites à caractère militaire et lieux de mémoire, sites archéologiques ;
- musées thématiques organisés en réseau ;
- embellissement des villages, en valorisant l'identité propre à chaque village ;
- points d'information relais du parc au sein des OTSI, véritables vitrines des territoires qui se regroupent et s'organisent en réseau ;
- maisons du parc vivantes, ouvertes et accessibles à tous les publics, qui valorisent l'ensemble du territoire ;
- portes d'entrée du parc et dans chacun des grands sites de l'aire d'adhésion, bénéficiant d'aménagements de qualité (intégration paysagère, matériaux naturels) ;

Parc national du Mercantour

- réseau de transport en commun performant, incluant des services de navettes permettant d'accéder aux stations et aux points de départ des randonnées, ainsi que toute autre initiative favorisant la mobilité douce.

Rôles de l'établissement public du parc

- soutient voire accompagne les opérations exemplaires
- améliore et anime les structures d'accueil du parc

Contributions attendues des communes adhérentes

- aménagent et embellissent les villages
- travaillent en réseau par vallée

Principaux autres partenaires à associer

Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, mécènes, Fondation du Patrimoine, réseaux associatifs

La mesure 18 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion.

- **Mesure 19: Accompagner les professionnels du tourisme dans une démarche « qualité Mercantour »**

Les hébergements sont la vitrine de l'offre touristique et le moteur du développement de cette activité. Dans le cadre de la CETD, l'établissement du parc s'est engagé à accompagner les professionnels qui s'impliquent dans la gestion durable de leur entreprise et se rapprochent des nouvelles attentes des visiteurs. Parallèlement, Région, Départements et chambres consulaires ont fait du soutien à l'amélioration de la qualité un axe fort de leur politique. Cette démarche de progrès concerne tous les maillons de la chaîne du produit touristique : hébergement, restauration, accompagnement, information.

Les entreprises touristiques locales qui souhaitent adapter, diversifier et requalifier leurs hébergements pour mieux répondre à la demande seront soutenues et recevront une distinction en tant que signataires de la CETD.

Dans le but de valoriser au mieux le potentiel offert par l'image du parc national du Mercantour, l'établissement du parc appuiera les professionnels par des actions complémentaires :

- mise à disposition des professionnels du tourisme (restaurateurs, hébergeurs, accompagnateurs,...) des informations sur le parc national afin d'assurer un accueil personnalisé et de qualité aux visiteurs ;
- appui aux acteurs du tourisme pour améliorer la gestion environnementale de leurs structures d'accueil ;

Parc national du Mercantour

- élaboration concertée d'un code de bonne conduite environnementale à destination de la clientèle ;
- promotion de l'utilisation de produits locaux, notamment au niveau de la restauration ;
- soutien aux initiatives privées pour la création ou la rénovation d'hébergements de caractère.

D'autres démarches « qualité » seront encouragées sur le territoire, notamment dans le cadre du Plan Qualité Tourisme ou de stratégies de marquage par filière : éco-gîtes, clef verte, bienvenue à la ferme, bistrots de pays , etc. Les efforts de l'établissement du parc pour le marquage des gîtes Panda seront intensifiés, en lien avec le WWF et Gîtes de France, de même que le partenariat privilégié avec les accompagnateurs en moyenne montagne.

L'image du parc, à travers la marque collective simple « parc national du Mercantour », sera associée à un règlement d'usage attestant que les produits et services sont issus du territoire et s'inscrivent dans un processus écologique.

Rôles de l'établissement public du parc

- accompagne les socioprofessionnels

Contributions attendues des communes adhérentes

- soutiennent les initiatives privées

Principaux autres partenaires à associer

Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, chambres consulaires, CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA, Club alpin français, WWF, Gîtes de France, associations, ADEME, habitants, Parco naturale Alpi Marittime, mécènes

La mesure 19 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion.

• **Mesure 20: Affirmer un positionnement « territoire d'écotourisme »**

Fort d'une nature exceptionnelle et bien préservée, le territoire du parc offre un potentiel important pour le développement de l'écotourisme. Tous les atouts sont ainsi réunis pour construire des produits innovants ancrés sur le territoire. Forger la relation visiteurs-résidents à partir d'une connaissance réciproque est un des facteurs clés d'un développement écotouristique réussi.

L'émergence de projets d'écotourisme sera encouragée par les acteurs de la charte. Pour la favoriser, l'établissement du parc mettra son expérience et son expertise à la disposition des acteurs institutionnels et des professionnels, pour :

- le montage de tous types de produits d'écotourisme ;

Parc national du Mercantour

- le développement du tourisme scientifique, en proposant la découverte d'une nature préservée et en partageant les connaissances de l'établissement du parc ;
- le développement du tourisme de proximité et des produits courts sur des thèmes attractifs, élaborés à la carte ;
- l'intégration de la mobilité douce dans les produits élaborés par les professionnels ;
- la promotion de projets innovants avec la marque « parc national du Mercantour ».

L'offre écotouristique se diversifiera et deviendra mieux répartie sur l'année, afin de répondre à la demande de plusieurs types de clientèles et de progresser vers une « montagne 4 saisons », en privilégiant :

- les séjours à résonance « nature », valorisant les espèces emblématiques du parc ;
- les séjours au contenu culturel marqué ;
- les séjours conçus autour de la gastronomie locale, de la découverte des produits du terroir, des saveurs et des senteurs ;
- les séjours de partage de l'art de vivre et de l'identité locale, combinant les aspects nature, culture et terroir.

Parallèlement, des actions de communication seront développées pour mieux informer les visiteurs des modes de vie et des contraintes des populations locales et pour renforcer l'accueil du tourisme par les habitants, notamment par les agriculteurs en créant des liens entre les filières.

Rôles de l'établissement public du parc

- met son expertise au service des professionnels
- accompagne le montage de produits phare d'écotourisme
- met en place la marque « parc national du Mercantour »

Contributions attendues des communes adhérentes

- se positionnent comme territoire d'écotourisme

Principaux autres partenaires à associer

Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA, Club Alpin Français, associations, habitants, agriculteurs, comités départementaux de randonnée pédestre, Parco naturale Alpi Marittime, mécènes

La mesure 20 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion.

Page 4 / 6

(c) 2024 Parcs Nationaux de France <ri-pnf-pub@parcnational.fr> | 06-10-2024 14:00

URL: <https://referentiel-chartes-parcsnationaux.ofb.fr/index.php?action=artikel&cat=1045&id=3418&artlang=fr>

Parc national du Mercantour

[...]

- **Mesure 26: Promouvoir la destination « Mercantour» et « Alpi Marittime-Mercantour »**

Le parc national du Mercantour, par la qualité de ses milieux, de ses paysages, de sa faune, de sa flore, et par sa richesse culturelle, constitue un territoire d'exception. Son haut niveau de protection lui assure une forte notoriété nationale et internationale, qui constitue un atout considérable pour promouvoir un tourisme exemplaire, respectueux des qualités essentielles et du caractère du territoire. A cela s'ajoute la collaboration avec le Parco naturale Alpi Marittime, visant à construire un véritable espace protégé transfrontalier, qui représente une chance supplémentaire.

La mobilisation de tous les acteurs du tourisme est indispensable pour valoriser ces atouts exceptionnels et diffuser un message cohérent, garant d'une bonne lisibilité de la destination. La communication devra également cultiver le sentiment d'appartenance à un territoire unique et donner envie aux habitants et aux opérateurs d'être les ambassadeurs de la destination.

Dans ce contexte, les actions suivantes, conduites en étroite coopération avec les CRT, CDT, ADT et OTSI, seront encouragées et appuyées :

- établir et décliner l'image promotionnelle « Mercantour / Alpi Marittime» ;
- concevoir et réaliser des supports de communication communs ou complémentaires, coordonner les sites internet ;
- créer une plateforme de promotion des acteurs touristiques du parc ;
- promouvoir le Mercantour en France mais aussi à l'international, participer à des salons et à des événementiels ;
- assurer une information globale, cohérente et attractive par une coordination des OTSI ;
- développer un partenariat étroit entre l'établissement public du parc et les OTSI, en leur faisant profiter de l'image du parc.

Rôle de l'établissement public du parc

- accompagne la promotion
- favorise l'appropriation collective de la destination

Contributions attendues des communes adhérentes

- participent aux actions de promotion
- veillent à la cohérence de l'image du territoire utilisée dans les supports de promotion

Principaux autres partenaires à associer

Parc national du Mercantour

Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA, Club Alpin Français, associations, habitants, Parco naturale Alpi Marittime

La mesure 26 s'applique sur l'ensemble de l'aire d'adhésion.

Page 99 de la Charte PNM

Référence ID de l'article : #2550

Auteur : Alicia Lambert

Dernière mise à jour : 2014-05-28 10:26