

# Orientations

## Orientation 14. Mettre en tourisme le territoire

*Dans un contexte de concurrence marquée des espaces naturels labellisés et de massifs forestiers, la mise en tourisme de la forêt est exigeante. À cela s'ajoutent la banalisation des forêts peu évocatrice d'un milieu naturel d'exception et un certain manque de culture forestière de la part des clientèles françaises qui imposent de travailler sur la médiation et l'accessibilité.*

*Le Parc national présente des patrimoines riches et variés mais souffre d'un manque de notoriété et d'attractivité lié à l'absence d'une identité touristique en tant que destination de séjour. La dispersion de l'offre touristique existante s'ajoute à ce constat et ne peut permettre une mise en tourisme homogène et attractive. La fréquentation touristique aujourd'hui repose majoritairement sur le tourisme de passage, les résidences secondaires et le tourisme cynégétique.*

*Si l'accès au Parc national est aisé avec les cinq sorties des autoroutes A5 et A31 et les quatre gares alentour, le déplacement sur le territoire autrement qu'en voiture est compliqué. Le périmètre du Parc national est complexe à lire. Les points d'accueil et d'information touristique sont en nombre insuffisants, et disposent d'une qualité de l'information hétérogène. La signalétique touristique est peu présente.*

La vocation touristique du Parc national est d'être la destination nationale de référence pour découvrir la forêt feuillue de plaine et sa grande faune sauvage. La création de cette destination unique, la notoriété de ce territoire sont à construire par une stratégie d'image forte et une approche sensible et intime du territoire. Le positionnement touristique s'établit autour de la promesse « le Parc national, un espace privilégié au cœur de la forêt pour vivre une aventure humaine autour du bien-être et du savoir-être ».

L'émergence de pôles de séjour et d'accueil interconnectés est le modèle de développement original retenu pour organiser le territoire. Il engage des collectifs d'acteurs locaux désireux de se structurer et de monter des projets touristiques.

La création du Parc national s'accompagne d'une hausse de la fréquentation touristique qui sera génératrice de retombées économiques dans les communes. La structuration et la qualification de l'offre touristique, en cohérence avec l'image qualitative des Parcs nationaux, est un facteur de réussite. Elle vise à développer une offre de produits touristiques complémentaires à l'existant, explorant à la fois tous les possibles de la forêt en lien avec le positionnement de « bien-être et savoir-être ».

La formation des professionnels du tourisme et la multiplication des points de contact avec les visiteurs, favorisent leur rôle de conseil et de prescripteur, générateur de retombées économiques locales. De même, la structuration d'itinéraires dédiés aux mobilités douces, est essentielle comme support de développement d'une offre de randonnées attractive. Des services inhérents à l'itinérance (location de vélos, transport de vélos et bagages, hébergements adaptés, etc.) sont à créer, afin de permettre la diffusion de la fréquentation et les échanges entre les pôles touristiques du territoire.

La mise en tourisme est une dynamique partenariale. Le Parc national est l'initiateur d'une dynamique de travail et d'image. Il s'attache à animer le collectif de partenaires touristiques.

**Mesure n°1.** Soutenir l'économie touristique par une stratégie d'image forte

**Mesure n°2.** Accompagner l'émergence et la structuration de pôles de séjour et d'accueil

**Mesure n°3.** Développer une stratégie d'accueil et de mobilité dans l'ensemble du Parc national

# Orientations

**Mesure n°4.** Développer l'offre du Parc national en lien avec un positionnement « aventure humaine autour du bien-être et savoir-être »

## MESURE N°1. SOUTENIR L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE PAR UNE STRATÉGIE D'IMAGE FORTE

**« Le Parc national, un espace privilégié au cœur de la forêt pour vivre une aventure humaine ». Cette promesse faite aux visiteurs est le fil conducteur des actions à engager pour accroître la notoriété du parc national – le seul en France sur le thème de la forêt –, et ainsi favoriser une croissance de l'économie locale.**

La stratégie de communication du Parc national soutient la stratégie touristique. Elle est menée parallèlement au travail de structuration et de développement de l'offre touristique. Les opportunités médiatiques induites par la création du Parc national sont à saisir. Le territoire et ses acteurs capitalisent sur l'image des Parcs nationaux. Ils s'appuient sur l'existence de plusieurs offres locales déjà structurées et opérationnelles sur le territoire. Son potentiel d'attractivité touristique s'enrichit au fil de la construction de nouvelles offres et notamment du déploiement de la marque « Esprit Parc national ® ».

Un comité de promotion coordonné par l'établissement public du Parc national, réunit les diverses institutions touristiques du territoire. Ainsi ensemble, partenaires techniques et élus font vivre la stratégie de mise en tourisme. La transversalité géographique des actions à conduire à l'échelle du Parc national est indispensable dans le contexte territorial marqué par le caractère bi-régional.

Dès les premières années de création, des outils de communication et de promotion sont développés. Au terme de la première charte, ils se déclinent en 3 modalités opérationnelles : l'édition (papier, numérique), la stratégie digitale\*/ webmarketing\* et un plan médias partagé.

L'approche clientèle est au cœur de la stratégie marketing pour développer la création de nuitées et de séjours sur le territoire. Avec ses partenaires, l'établissement public suit l'évolution de la fréquentation afin d'adapter les stratégies de promotion de la destination et d'accueil des visiteurs.

Une partie très importante de la fréquentation touristique locale est liée aux résidents secondaires. Plus de 86% des lits touristiques du territoire sont aujourd'hui non marchands. Le tourisme affinitaire constitue une cible qui appelle à une communication spécifique permettant d'optimiser l'économie locale. Développer le sentiment d'appartenance au territoire chez les habitants permettra d'optimiser la fréquence des visites, voire susciter l'installation sur le territoire. Des outils promotionnels à destination des habitants sont développés pour faire des habitants des ambassadeurs prescripteurs de la destination.

Si la notoriété d'un territoire repose sur sa visibilité, la création d'un événement « Parc national » est à étudier en fonction des capacités de mobilisation des partenaires locaux et institutionnels, et des moyens disponibles dans le temps pour assurer sa durabilité. Cette action s'inscrit en complément du soutien apporté par l'établissement public aux nombreuses manifestations locales qui constituent également des éléments identitaires du Parc national. Les conditions de ces partenariats locaux sont à définir dès la création du Parc national.

## ORGANISATION DES PARTENARIATS

# Orientations

RÔLE DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- conduit des projets.</li> <li>- accompagne techniquement et/ou financièrement.</li> <li>- assure la promotion du territoire et des offres touristiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- contribuent aux actions de promotion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>État</li> <li>Régions et Départements et leurs agences de développement touristique Communales</li> <li>Office du tourisme</li> <li>Opérateurs touristiques</li> <li>Chambres consulaires</li> </ul>

## EXEMPLES D' ACTIONS

- Se doter d'un plan de communication et de promotion partagé à destination des grands bassins émetteurs et des clientèles naturelles des Parcs nationaux.
- Animer un comité de promotion et de développement.
- Réaliser un portail web immersif et participatif et décliné en application mobile.
- Développer les actions de communication à destination des habitants du territoire.
- Faire émerger un événementiel porteur d'image et de notoriété.

## MESURE N°2. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE ET LA STRUCTURATION DE PÔLES TOURISTIQUES

**L'émergence de pôles touristiques est le mode de développement économique original encouragé par le Parc national pour structurer la destination touristique autour d'une offre de court et moyen séjour. Ce modèle favorise un développement endogène et la mise en réseau des acteurs. Il contribue à l'élaboration d'un maillage du territoire grâce aux thématiques plurielles et complémentaires portées par chaque pôle, leur accessibilité multimodale et la promotion de modes de déplacement doux qui permettent leur interconnexion.**

Chaque pôle touristique s'appuie sur un collectif d'acteurs publics et privés qui interagissent ensemble. Il s'inscrit dans un territoire qui possède des atouts touristiques permettant l'accueil de clientèles diverses (individuels, familles, groupes organisés, etc.) pour un court et moyen séjour.

En lien avec les agences de développement touristique départementales et intercommunales, l'établissement public accompagne ces territoires pour consolider et développer leur offre, en cohérence avec le positionnement touristique global du Parc national. Celle-ci est structurée autour d'un projet d'accueil personnalisé basé sur leurs spécificités et leurs forces vives. Ainsi, chaque pôle dispose à la fois d'une ambition propre qui permet de structurer son offre de séjour et d'une ambition collective en lien avec le Parc national. Elle valorise les déplacements doux reliant ses différents sites de visites, en alternative à la voiture. Elle développe des offres de visites accompagnées en lien avec la découverte du Parc national et de la forêt. Elle combine des prestations entre opérateurs, et dispose éventuellement d'une capacité de commercialisation. Dès la création du Parc national, l'établissement public se met à la disposition des candidats qui ont répondu aux appels à manifestation d'intérêt « pôle touristique » lancés préalablement. Ce sont des communes et des groupements d'opérateurs privés

# Orientations

associant si besoin des opérateurs publics.

La mise en tourisme du territoire est une dynamique partenariale, l'établissement public anime le « club Pôles touristiques » afin de favoriser notamment la professionnalisation des opérateurs touristiques locaux, leur mise en réseau et les actions promotionnelles collectives. C'est un outil pour assurer un relai de communication auprès des clientèles de proximité nationale issues des grandes agglomérations environnantes, et de clientèles étrangères provenant en priorité des pays limitrophes.

À l'issue de la première charte, l'ambition est de finaliser le maillage du Parc national au sein des pôles touristiques identifiés, vivants et innovants.

## ORGANISATION DES PARTENARIATS

RÔLE DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES
- lance le club station  - anime le réseau	- s'intègrent dans un projet « pôle touristique »  - contribuent à renforcer la capacité d'hébergement touristique	État  Régions et Départements et leur développement touristique Communes  Office du tourisme  Collectifs d'opérateurs touristiques

## EXEMPLES D'ACTIONS

- Lancer un appel à manifestation d'intérêt à destination des territoires.
- Animer le réseau de « club station ».

## MESURE N°3. DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL ET DE MOBILITÉ DANS L'ENSEMBLE DU PARC NATIONAL

**La structuration de l'accueil et de l'information touristique est un ressort du développement touristique. Elle doit se faire de façon partagée pour diffuser la fréquentation à l'échelle du territoire et accroître les retombées économiques auprès des prestataires locaux. Elle s'accompagne d'un travail sur le développement de l'éco-mobilité touristique par le développement et la valorisation d'une offre de randonnée et d'itinérance, et la mise en place d'une circulation douce entre les sites et pôles touristiques qui maillent le territoire.**

Dans le parc national, la multiplication des points de contact avec les visiteurs doit se faire de façon homogène et coordonnée. La disparition des commerces et services, dont souffrent de nombreuses communes du territoire, pousse à développer deux approches pour renforcer l'accueil et l'information touristique :

# Orientations

1) L'établissement public s'implique et renforce le réseau des offices de tourisme du territoire. Ce collectif s'assure de la cohérence de leurs outils de communication, de leur efficacité au regard des spécificités de ce territoire rural. À cette échelle, les partenaires structurent un réseau de « portes du Parc national ». Ces « Maisons du Parc national » sont localisées aux principaux points d'accès aux communes du Parc national depuis les principaux axes de communication (autoroutes, accès ferroviaires). Pour compléter le maillage des points d'information, des solutions novatrices sont expérimentées tels « l'accueil nomade » et « hors les murs », le déploiement du web mobile, etc.

2) Ce réseau de l'information touristique s'appuie sur des lieux alternatifs, de type cafés-restaurants multi-services, grâce au label « Bistrot de pays® ». Son principe repose sur la valorisation de l'attractivité territoriale, par le maintien de l'activité dans ces espaces d'accueil fragilisés. Souvent, ce sont les derniers commerces ouverts, grâce à une politique d'animations festives et culturelles et à la promotion des produits du terroir. Ainsi ces lieux participent au renforcement de l'identité locale et participent à l'accueil et à la diffusion de l'information touristique. En lien avec les agences départementales de développement touristique, l'établissement public s'attache à créer le réseau Bistrot de pays du Parc national, à l'animer et à le développer.

Dans le prolongement de l'action de structuration des pôles touristiques, un schéma d'éco-mobilité touristique est élaboré à l'échelle du parc national. En collaboration avec les collectivités locales impliquées dans la gestion du réseau routier, il vise prioritairement à connecter les pôles touristiques et à valoriser les richesses patrimoniales naturelle, culturelle et paysagère. Les axes structurants propices aux pratiques multiples dans le parc national sont identifiés. La requalification des anciennes voies ferrées reliant Bricon à Châtillon-sur-Seine, Vix à Is-sur-Tille et Brenne à Villars-Santenoge est une opportunité pour structurer un réseau de voies vertes notamment sur ces tracés et leurs abords et valoriser le patrimoine ferroviaire. L'établissement public mobilise sa capacité d'animation de projet pour coordonner les travaux sur les plans juridique, technique et financier.

En complément, une dynamique est lancée pour construire et commercialiser une offre de randonnée attractive. Elle concerne les activités pédestres, cyclistes ou équestres. En complément des itinéraires, il s'agit de proposer de nouveaux services, telles que la location de vélos et les infrastructures qui y sont associées (pistes cyclables, bornes de rechargement, accueils équestres, ...). L'établissement public assure la coordination avec les fédérations ou comités départementaux concernés. Il gère le logiciel « Géotreck » développé par la communauté des Parcs nationaux.

L'accueil des personnes handicapées est pris en compte de manière exemplaire dans les projets d'aménagement. L'établissement public s'appuie sur l'expérience du réseau des Parcs nationaux. À l'échéance de la charte, 3 à 4 produits touristiques spécifiques par parcours d'itinérance sur le territoire complètent l'offre de randonnée.

Une signalétique spécifique est déployée en lien avec les actions menées aux échelles départementales et intercommunales (Cf. Orientation 16).

## ORGANISATION DES PARTENARIATS

RÔLE DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES
- pilote et coordonne des projets	- accueillent	État
- anime des réseaux	- portent des projets	Régions et Départements et leurs offices de développement touristique Comités de développement des communes
- accompagne techniquement et/ou financièrement	- accompagnent techniquement et /ou financièrement	Office du tourisme Gestionnaires autoroutiers et de

# Orientations

## EXEMPLES D' ACTIONS

- Réaliser un schéma d'éco-mobilité.
- Créer des voies vertes.
- Mettre en place un schéma d'accueil partagé sous l'égide des Offices de tourisme.
- Mettre en œuvre une signalétique touristique du Parc national

MESURE N°4. DÉVELOPPER L'OFFRE DU PARC NATIONAL EN LIEN AVEC UN POSITIONNEMENT « AVENTURE HUMAINE AUTOUR DU BIEN-ÊTRE ET SAVOIR-ÊTRE »

**La construction d'une destination touristique s'accompagne par le développement et la commercialisation d'une offre de produits touristiques de qualité et en cohérence avec la promesse touristique du Parc national. Développer une offre de produits touristiques autour du « bien-être et du savoir-être » c'est placer l'Homme au cœur du projet touristique. La notion spécifique « d'aventure humaine » vise à proposer des équipements ou services touristiques adaptés et différenciants.**

Étoffer l'offre touristique participe à consolider la destination touristique en tant que lieu de séjour grâce à la constitution de séjours aptes à séduire des clientèles variées. Compte tenu de sa localisation, la nouvelle destination touristique constituée par le parc national vise prioritairement le tourisme de proximité et de court séjour. L'action du Parc national vise dans un premier temps à conforter les offres ou les équipements existants avant de proposer un développement nouveau et complémentaire. Elle apporte aux opérateurs un accompagnement technique sur la mise en œuvre de leur projet en vue de leur commercialisation.

La qualification de l'offre repose sur des démarches professionnalisantes et des dynamiques d'échanges entre les acteurs du tourisme. Le développement de produits touristiques de qualité est visé avec le déploiement de la marque « Esprit Parc national® ». C'est un gage d'attractivité. Elle inscrit les prestataires dans une logique collective pour donner plus de visibilité à leurs offres à l'échelle du réseau des Parcs nationaux. L'établissement public mène une politique active auprès des prestataires touristiques afin qu'ils se saisissent de cet outil. Il mobilise la communauté des parcs nationaux pour rédiger des cahiers de charges répondant à des besoins spécifiques de son territoire pour faire bénéficier de nouveaux produits et services de cette marque.

Pour compléter ce modèle touristique et améliorer les retombées économiques sur le territoire, une dynamique de circuits courts et de produits locaux est renforcée. Celle-ci bénéficie évidemment aux prestataires touristiques et aux visiteurs. Ce travail démarrera après la constitution d'un premier socle d'offres touristiques consolidées, au plus tard 3 ans après la création du Parc national.

L'établissement public et ses partenaires se mobilisent conjointement pour mettre à disposition des opérateurs touristiques engagés avec le Parc national, des outils et des modules de formations adaptés. La découverte des patrimoines du Parc national, des démarches de développement durable, la maîtrise des langues étrangères ou l'acquisition de compétences pour accueillir des publics à besoins spécifiques sont autant de champs professionnels à investir. Des moments réguliers de rencontres et d'échanges sont organisés pour renforcer la dynamique des acteurs autour du Parc national et associer les prestataires et partenaires touristiques au suivi de la mise en tourisme du territoire. Cette dynamique vise à réunir les professionnels tous les 6 mois selon un calendrier thématique issu des besoins émergents.

Pour permettre d'allonger la durée des séjours, il est également important de prendre en compte les dynamiques

# Orientations

touristiques régionales et de promouvoir une offre complémentaire avec les projets en émergence sur le territoire. Une collaboration étroite est à maintenir avec les agences de développement touristique départementales et régionales, pour apporter une aide technique et financière aux porteurs de projet.

L'accueil des visiteurs dans le Parc national nécessite la mise en place d'un dispositif de veille et d'évaluation des incidences de la fréquentation sur la conservation des patrimoines et la quiétude des lieux. Une attention particulière est portée au respect des habitants et de leur propriété notamment en cœur. L'établissement public mobilise les outils nécessaires en s'appuyant sur l'expertise développée dans les Parc nationaux et les Parcs naturels régionaux.

## ORGANISATION DES PARTENARIATS

RÔLE DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES	CONTRIBUTION ATTENDUE DES COMMUNES ADHÉRENTES
- pilote et coordonne des projets	- soutiennent les dynamiques touristiques	État
- anime des réseaux	- facilitent l'installation de porteurs de projet	Régions et Départements et leurs dédiées Communautés de com
- accompagne techniquement et/ou financièrement		Office du tourisme
- fait la promotion		Chambres consulaires
		Prestataires touristiques

## EXEMPLES D' ACTIONS

- Développer et structurer l'offre touristique forestière.
- Accompagner les prestataires vers l'obtention de la marque « Esprit Parc national ».
- Promouvoir la marque « Esprit Parc national ».
- Soutenir les porteurs de projet dans la recherche de financements

Pages 131 à 136

Référence ID de l'article : #5781

Auteur : Tessa Vernier

Dernière mise à jour : 2020-07-06 08:56