

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

En véritable moteur de l'économie, un tourisme bien positionné peut déclencher une dynamique de développement durable dans les vallées. En revanche, s'il est mal maîtrisé, il peut générer des impacts non négligeables : consommation d'espaces, dégradation du paysage, empreinte écologique liée au transport et finalement appauvrissement des richesses naturelles et culturelles qui en sont le fondement.

Face à ces défis, tous les acteurs de la charte affichent de nouvelles ambitions, intégrant les aspects économiques, sociaux et environnementaux. Dans ce contexte, l'établissement du parc a un rôle à jouer, en replaçant l'environnement au coeur du débat et en impulsant des démarches innovantes construites sur les valeurs inhérentes aux espaces protégés : authenticité, préservation, partage, échange.

Le patrimoine naturel, culturel et paysager sera mis en avant comme un atout pour le développement d'un tourisme local.

Cette orientation pour l'aire d'adhésion est à mettre en correspondance avec de nombreux objectifs de protection du coeur qui viennent la conforter, notamment les objectifs I (accueil dans un espace d'exception), II (protéger l'image du parc), IV (garder l'aspect naturel des paysages), ou encore V (mise en valeur des sites remarquables du coeur).

Forts de leur adhésion à la Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD), les parcs du Mercantour et Alpi Marittime entendent développer ensemble dans ce domaine un projet ambitieux, dont les communautés locales seront les principaux acteurs et bénéficiaires.

Les acteurs de la charte créent les conditions d'un développement touristique en travaillant à résoudre le déficit important de capacités d'hébergement des communes, afin de développer le tourisme de séjour et en renforçant la promotion du territoire comme destination touristique.

Les mesures proposées permettront d'aller plus loin en matière de mise en avant des richesses patrimoniales (mesure 18), d'accueil de tous les publics (mesures 22 et 23), de développement de l'offre touristique (mesures 20, 21 et 25), de coordination des acteurs (mesures 17 et 26) et d'intégration des principes du développement durable (mesures 19 et 24).

Mesure 17 Intensifier la coopération entre les acteurs du tourisme

Le tourisme est une activité complexe, dont le succès dépend d'abord de la coordination entre de multiples acteurs publics et privés et de la complémentarité d'action entre les différents niveaux territoriaux. Clarifier les apports de chacun et mieux impliquer les professionnels s'avère donc une nécessité. La Région à travers le SRDT et les Départements par les SDTD, définissent les grandes orientations du développement touristique ; l'établissement du parc a participé aux différentes phases d'élaboration de ces documents de planification.

Les stratégies et les activités de développement du tourisme seront programmées à l'échelle

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

des vallées. Un partenariat fort sera instauré avec les communes et les groupements de communes qui ont la compétence en matière de tourisme, en lien avec les institutions départementales et régionales. A l'échelle du parc, l'établissement public assurera une mission transversale de renforcement de l'identité touristique et de la lisibilité du territoire.

Les partenaires du tourisme construiront ensemble un projet de développement touristique partagé et cohérent, dans le cadre de la CETD. Ce projet s'appuiera sur :

- la mise en réseau des professionnels et l'émergence de groupements ;
- le renforcement des liens avec l'association « Ecoturismo in Marittimo » ;
- le transfert d'expériences entre acteurs signataires de la CETD ;
- l'organisation d'éductours ;
- la mise en place d'un forum du tourisme avec l'ensemble des partenaires, initiant ainsi une démarche collective autour des valeurs du développement durable ;
- la création d'une commission Tourisme au sein de l'établissement public du parc, en lien avec son conseil économique, social et culturel.

Rôles de l'établissement public du parc	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · initie ou accompagne la mise en réseau des acteurs du tourisme · assure une cohésion autour de valeurs communes 	<ul style="list-style-type: none"> · créent du lien entre professionnels, habitants, touristes · élaborent les projets nouveaux à l'échelle des vallées 	Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, chambres consulaires, CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA, Alpin Français, associations, comités départementaux de randonnée pédestre, Parco naturale Alpi Marittime
La mesure 17 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion		

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 coeur 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

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

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 coeur 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) ;
- 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	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · soutient voire accompagne les opérations exemplaires · améliore et anime les structures d'accueil du parc 	<ul style="list-style-type: none"> · aménagent et embellissent les villages · travaillent en réseau par vallée 	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,

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

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 ;
- 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, bistrot 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	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
· accompagne les socioprofessionnels	· soutiennent les initiatives privées	Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, chambres consulaires, CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA, CDTA, 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 ;
- le développement du tourisme scientifique, en proposant la découverte d'une nature

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

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	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · met son expertise au service des professionnels · accompagne le montage de produits phare d'écotourisme · met en place la marque « parc national du Mercantour » 	<ul style="list-style-type: none"> · se positionnent comme territoire d'écotourisme 	Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de commune CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA Alpin Français, association habitants, agriculteurs, com départementaux de randonnée pédestre, Parco naturale A Marittime, mécènes
La mesure 20 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion.		

Mesure 21 Développer les activités de pleine nature et le tourisme itinérant

Les activités de pleine nature sont des éléments forts de l'attractivité du parc et représentent un potentiel de développement important. Le tourisme itinérant répond également à une demande de découverte de grands espaces. Il permet de construire ses loisirs « à la carte », à son rythme et selon ses envies. De nombreux itinéraires sillonnent déjà le parc, dont certains emblématiques comme la Via Alpina, le GR5 ou Sentinelle des Alpes. Son réseau de sentiers constitue un support exceptionnel pour développer le tourisme itinérant. Les parcs du Mercantour et Alpi Marittime ont forgé ensemble le concept de « Grand Tour Alpi Marittime-Mercantour », invitation à une exploration des deux espaces protégés. Encore insuffisamment connus ou exploités, ces produits sont à appelés à jouer un rôle important d'apprentissage de la montagne.

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

Les activités de pleine nature et le tourisme itinérant constituent un potentiel pour développer l'offre touristique du territoire et ce, tout au long de l'année, en combinant activités sportives et découverte des patrimoines. Les acteurs de la charte soutiendront les professionnels et les différents acteurs du tourisme dans leurs actions de promotion et de développement, parmi les suivantes :

- diversifier l'offre touristique autour des activités sportives ;
- créer et promouvoir des produits touristiques basés sur le potentiel d'activités de pleine nature ;
- créer et promouvoir des produits touristiques basés sur l'itinérance sous toutes ses formes (à pied, vélo, cheval, ...) ;
- décliner le circuit « Grand Tour Alpi Marittime-Mercantour » en produits touristiques pédestres, cyclistes ou équestres ;
- connecter les circuits de proximité aux grands itinéraires ;
- promouvoir le réseau de sentiers qui sillonne le Mercantour, notamment ceux connectés avec Alpi Marittime ;
- développer un réseau d'infrastructures et de services adapté aux besoins spécifiques de ces clientèles : voies vertes, stations vélo, parkings vélo fermés dans les hébergements, fermes équestres, menus adaptés ;
- organiser des opérations du type « cols sans voiture » ;
- accompagner les professionnels dans des démarches de qualité environnementale, intégrant la mobilité douce ;
- promouvoir les projets innovants avec la marque « parc national du Mercantour ».

Ces actions seront conduites en cohérence avec les mesures des orientations 9 et 12.

Rôles de l'établissement public du parc	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · accompagne les professionnels · décline des produits à partir du Grand Tour · fait bénéficier les produits et les services innovants de la marque « parc national du Mercantour » 	<ul style="list-style-type: none"> · valorisent les projets publics ou privés innovants et respectueux des patrimoines de la commune · valorisent le tourisme itinérant 	Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA, C... Alpin Français, fédérations délégataires, associations, habitants, professionnels locaux, Parco naturale Alpi Marittime, autres espaces protégés, méc...
La mesure 21 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion.		

Mesure 22 Cibler la clientèle des jeunes

Les études de fréquentation mettent en évidence l'absence presque totale de la tranche d'âge 16-25 ans dans les visiteurs du Mercantour. La GTA a initié un important travail de réflexion sur les attentes de cette population et sur les mesures à prendre en termes de formation, d'offre touristique ou de communication.

L'enjeu est d'élaborer des espaces de pratiques et de rencontres qui s'inscrivent dans l'univers de ces jeunes. L'une de leurs premières motivations est de se retrouver entre eux,

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

loin du stress quotidien, prêts à vivre une aventure divertissante, parfois à connaître des sensations fortes. Le contact avec le milieu naturel est ainsi vécu comme une source d'enrichissement.

Le parc national du Mercantour offre aux jeunes un espace privilégié de ressourcement, d'émotion et de partage, à condition d'établir un dialogue et de proposer une offre répondant à la demande spécifique de cette clientèle à part entière.

Plusieurs actions seront mises en oeuvre pour favoriser le retour des jeunes vers la montagne :

- donner envie de découvrir la montagne en multipliant les espaces d'information et les outils de communication ciblés dans les lieux fréquentés par les jeunes, en privilégiant internet ;
- créer une offre « jeune » d'apprentissage de la montagne ;
- faciliter l'accès aux pratiques sportives de montagne ;
- décliner des séjours aventure à partir d'hébergements attractifs (refuges, yourtes,...) ;
- réserver un espace d'accueil « jeune » dans les OTSI et les maisons du parc ;
- soutenir des opérations originales : opérations refuge, opérations sac à dos, qui changent l'image de la montagne.

Rôles de l'établissement public du parc	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none">· innove par une communication ciblée « jeunes »· accompagne les initiatives locales	<ul style="list-style-type: none">· facilitent l'apprentissage de la montagne	Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes, CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA, associations, habitants, clubs d'activités sportives, Parco naturale Alpi Marittime, mécènes

La mesure 22 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion.

Mesure 23 Soutenir les démarches « Tourisme et Handicap »

Faciliter l'accès à la nature à des personnes en situation de handicap, leur faire partager la richesse de la flore, de la faune, des paysages des espaces protégés est une ambition qui conjugue dimension écologique et dimension sociale. L'établissement public du parc national a défini une stratégie en faveur des publics en situation de handicap moteur, visuel, auditif ou mental. Un nombre croissant de structures, notamment d'hébergement, se sont inscrites dans la démarche Tourisme & Handicap. Pour les prochaines années, l'enjeu est de promouvoir une offre touristique globale afin de répondre à la fois à une demande et à un marché en pleine expansion.

L'accessibilité des personnes en situation de handicap aux espaces protégés s'inscrira dans une logique de développement durable. Les aménagements seront ainsi conçus dans le respect des milieux naturels et de leur fragilité.

Des actions diverses seront soutenues ou conduites par les acteurs de la charte :

- recensement des sites et des itinéraires accessibles en fonction des handicaps ;
- aménagement de sentiers d'interprétation et de sites d'observation de la faune, dans le

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

respect des milieux naturels ;

- développement de pôles d'équipements favorisant l'accessibilité : joëlette, fauteuil neige, pulka, etc ;
- assistance à l'organisation de randonnées dans les espaces naturels ;
- développement et diffusion d'outils d'information adaptés tel que l'handi é-coguide ;
- accessibilité des points d'accueil touristiques aux personnes handicapées ;
- accompagnement des communes dans leur projet d'accueil des personnes à besoins spécifiques en favorisant les projets orientés vers le label national « Tourisme & Handicap » ;
- sensibilisation des socioprofessionnels à la prise en considération de cette clientèle.

Rôles de l'établissement public du parc	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · facilite l'accès à la nature sous toutes ses formes · rend accessibles à tous les maisons et les points d'information du parc 	<ul style="list-style-type: none"> · mettent en oeuvre une stratégie globale en matière d'accessibilité 	Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes CRT/ADT/CDT, OTSI, associations, habitants, Parc naturelle Alpi Maritime, méc
La mesure 23 s'applique à l'ensemble de l'aire d'adhésion.		

Mesure 24 Accompagner les stations de montagne vers un développement durable

Les stations de montagne sont les principaux moteurs de l'économie touristique du territoire du parc. On distingue les stations de village, petites unités touristiques proches d'un village ou d'un lieu anciennement habité (Roubion, La Colmiane, Camp d'Argent), et les grandes stations qui ont généré un mode d'urbanisation spécifique, remontant parfois aux années 1930 (Allos, Pra Loup, Isola 2000, Auron, Valberg).

La stratégie de promotion des stations de montagne sera répartie de manière équitable entre les stations de village et les grandes stations, qui proposent des offres touristiques complémentaires, mais d'égale importance pour le développement du territoire.

Avec l'appui des acteurs de la charte, les stations de montagne seront incitées à s'engager dans les démarches suivantes :

- diversifier les activités proposées hiver comme été, notamment au coeur de la station ;
- promouvoir les bonnes pratiques environnementales auprès de leur clientèle ;
- réduire leur empreinte énergétique depuis le diagnostic (bilan carbone ou autres) jusqu'à la réalisation concrète (recours à des technologies moins consommatrices d'énergie) ;
- réfléchir sur la mobilité intra-station pour réduire le recours à l'automobile ;
- ne pas créer de nouveaux aménagements impactant le coeur de parc en matière de nouveaux prélèvements d'eau dédiés à la production de neige de culture et d'accès direct aux sites du coeur.

L'établissement du parc soutiendra et accompagnera les stations de montagne en les aidant à mettre en oeuvre une réflexion stratégique sur le développement du nombre de lits banalisés, par la réhabilitation, la réaffectation et la création. Par des porter à connaissance détaillés, il sensibilisera les gestionnaires à la prise en compte de la biodiversité et du patrimoine culturel

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

dans leurs projets. Il proposera également le développement d'une image « nature » au sein de la station, mais aussi une optimisation de leur promotion par l'usage de la marque collective des parcs nationaux.

Rôles de l'établissement public du parc	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · valorise et transmet les informations et données dont il dispose · apporte un conseil sur les questions environnementales · propose un accompagnement technique et financier aux initiatives nouvelles, notamment en matière de communication auprès du public 	<ul style="list-style-type: none"> · stimulent l'intégration du développement durable dans les projets · incitent à la réalisation de bilans environnementaux · aident à l'émergence de projets concrets 	Gestionnaires des stations de montagne, groupements de communes, Pays, Département, Région, DATAR et autres services de l'Etat, partenaires de la charte de développement durable des stations de montagne ou du programme d'aménagement durable et solidaire des Alpes du sud
La mesure 24 s'applique aux domaines skiables des stations de montagne dans l'aire d'adhésion, repérés sur la carte des vocations.		

Mesure 25 Soutenir le développement et la diversification des activités nordiques

La pratique du ski de fond concerne de faibles surfaces sur le territoire, du fait d'un relief peu adapté. Parfois ancienne, elle s'est organisée au sein de plusieurs espaces nordiques et a été récemment rejointe par la pratique de la raquette à neige, en plein essor. Les sites nordiques ont trouvé un nouveau souffle en répondant à la demande croissante d'une clientèle à la recherche d'espaces préservés mais néanmoins aménagés. Ils correspondent ainsi à un créneau de développement économique pour une clientèle essentiellement locale.

Le développement de ces espaces sera envisagé dans le cadre d'une offre cohérente et viable à l'échelle du parc. Pour soutenir la fréquentation, notamment celle des familles et des jeunes, les exploitants seront incités à dynamiser les activités proposées et à renforcer l'animation des domaines, en y intégrant notamment les dimensions patrimoine et nature. La recherche de compléments aux activités actuelles sera encouragée, en particulier dans le domaine de la découverte du patrimoine (guidage, journées thématiques) et de la diversité des pratiques sportives (centres équestres, raquettes, chiens de traîneau).

Les équipements et aménagements nouveaux resteront raisonnés, et leur réalisation sera accompagnée pour limiter les impacts sur la faune et les milieux naturels. L'établissement du parc assistera spécifiquement les sites nordiques dans leurs démarches de promotion des produits axés sur le patrimoine.

Rôles de l'établissement public du parc	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · valorise et transmet les informations et données dont il dispose 	<ul style="list-style-type: none"> · stimulent les évolutions · facilitent les projets d'animation · s'engagent dans des démarches 	Gestionnaires des espaces nordiques, groupements de communes, Pays, Département

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

<ul style="list-style-type: none"> · apporte un conseil sur les questions environnementales · accompagne les démarches collectives 	d'organisation collective au niveau des vallées et du massif	Région, DATAR, autres services de l'Etat
La mesure 25 s'applique préférentiellement sur les sites nordiques de l'aire d'adhésion repérés sur la carte des vocations.		

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	Contributions attendues des communes adhérentes	Principaux autres partenaires à associer
<ul style="list-style-type: none"> · accompagne la promotion · favorise l'appropriation collective de la destination 	<ul style="list-style-type: none"> · participent aux actions de promotion · veillent à la cohérence de l'image du territoire utilisée dans les supports de promot 	Services de l'Etat, Région, Départements, Pays, groupements de communes CRT/ADT/CDT, OTSI, GTA Alpin Français, associations habitants, Parco naturale Alpi Marittime

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

Orientation 4 Promouvoir un tourisme durable pour un territoire et des hommes

Référence ID de l'article : #2015

Auteur : Olivier Caligari

Dernière mise à jour : 2013-11-07 10:06