



## *schéma du tourisme durable du Parc naturel régional du Verdon*

Rapport final - Décembre 2004

Jean PRÉSIDY  
SYN.PRO Développement  
16 Chemin de Malacher  
38944 MEYLAN Cedex  
Tél. : 04 76 04 97 57  
syn.pro@libertysurf.fr

Élisabeth HAUWUY  
Consultante  
Développement et tourisme  
22, Place Frédéric Autiero  
26110 NYONS  
Tél. 04 75 26 27 26  
e.hauwuy@wanadoo.fr



## AVERTISSEMENT AUX LECTEURS

La mission confiée par le Parc naturel régional du Verdon au groupement de compétences constitué par **Jean PRÉSIDY, Syn•Pro Développement** et **Élisabeth HAUWUY, consultante tourisme**, est une mission d'étude-animation.

Le groupement a proposé dans ce cadre une intervention essentiellement conçue comme un **accompagnement du Parc vers la formalisation de son schéma** de développement du tourisme durable, avec la préoccupation constante d'animer la réflexion au sein de l'équipe du Parc et d'associer largement les partenaires et les acteurs.

Cette démarche s'est déroulée de mars 2003 à juillet 2004 et a été jalonnée de plusieurs étapes d'animation :

- En interne avec l'équipe « tourisme » du Parc, 4 journées de travail ont été nécessaires pour partager une même culture du tourisme durable et envisager les changements fondamentaux indispensables au repositionnement de l'action du Parc dans le cadre de ce schéma.
- Avec les instances de décision : 4 réunions des comités de suivi et de pilotage
- Avec les acteurs professionnels du tourisme : 4 réunions pour recueillir leurs avis et attentes
- En séances de restitution-débat ouvertes à tous : 2 réunions pour partager le diagnostic et annoncer le schéma.
- Enfin, 20 entretiens individuels des partenaires directs du Parc et l'exploitation d'un questionnaire adressé aux habitants ont complété cette consultation très large.

Chacune de ces étapes d'animation a engendré la production de documents d'étapes, de type POWER POINT, qui sont les jalons de l'avancement de la démarche et dont la synthèse, présentée aux acteurs et au comité de pilotage final de validation du schéma, constitue la production de la mission dans son intégralité.

On comprendra dans ce contexte que le **RAPPORT FINAL** proposé ici n'est qu'un complément à cette production, qui rassemble pour chacune des étapes les points de cadrage méthodologique. Il a vocation à **conserver la mémoire du déroulement de la démarche** ayant aboutie à la conception du schéma et sera utile dans ce sens aux étapes de réajustement et d'évaluation du schéma.

Ce document intervient en complément des 2 autres productions prévues dans la mission :

- Le document **POWER POINT DE SYNTHÈSE** de présentation du schéma destiné à être utilisé par le Parc naturel régional du Verdon comme support d'animation
- Le **DOCUMENT DE COMMUNICATION GRAND PUBLIC** qui sera édité par le Parc.

## Préambule

Le Schéma de gestion et de développement touristique durable du Parc du Verdon s'intègre à la réflexion d'ensemble engagée par le Parc naturel régional du Verdon dans le cadre de la révision de sa Charte. Celle-ci implique que le Parc repositionne la totalité de sa stratégie d'action sur chacun des chapitres concernés par le développement des territoires Verdon.

L'élaboration du premier Schéma touristique du Verdon a justifié **une étude dite d'animation stratégique** dont la finalité consiste à **faire participer l'ensemble des acteurs** et partenaires pour **faire avancer** le Parc.

L'étude-animation stratégique ne concerne que l'activité touristique du Parc naturel régional.

Au plan touristique donc, la consultation engagée a conduit le Parc à valider une méthodologie en 2 étapes :

1. L'expertise-bilan du tourisme dans le Parc de l'état des lieux au diagnostic partagé,
2. L'élaboration du Schéma, de la stratégie au programme d'action.

Le **déroulement chronologique et dynamique de la mission** comporte à l'intérieur de chacune des grandes étapes du travail, un certain nombre d'ajustements issus de la consultation des acteurs et des partenaires des territoires Verdon.

L'expertise-bilan qui suit concerne l'économie touristique du Verdon et l'action touristique du Parc naturel régional. Conformément à la méthodologie initialement validée, elle comprend :

- un état des lieux initial, ajusté et complété d'un certain nombre de données, de constats et d'analyses de situation qui constituent le diagnostic des consultants,
- L'exploitation des données chiffrées disponibles, en particulier l'enquête de fréquentation 2000/2001 réalisée dans le Verdon par le CETE Méditerranée et le diagnostic territorial réalisé par le cabinet BRL,
- des « ajustements » ou compléments de synthèse issus des consultations préalables engagées auprès des partenaires institutionnels, des acteurs économiques et des populations du Verdon.

Plus de vingt « personnes ressources » institutionnelles locales et départementales ont été interviewées en entretiens individuels, 4 réunions ont été proposées aux acteurs professionnels à Gréoux-les-Bains, Aiguines, Castellane et Régusse, enfin 270 personnes, habitants du Verdon (dont 86% à titre principal) ont retourné le questionnaire inséré dans le numéro du juin 2004 de « Par Nature ». L'avis des habitants de l'ensemble des territoires Verdon a ainsi pu être analysé avec une représentativité satisfaisante par tranche d'âge et par catégorie professionnelle<sup>1</sup>.

Points de vues exprimés lors des entretiens, ces ajustements sont **présentés « en italique » dans le document d'expertise**. Regards « extérieurs » ou ressentis « internes » des acteurs, ils **complètent, nuancent ou ajustent, le cas échéant, les positions des consultants**.

---

<sup>1</sup> Annexe 1 : liste des personnes interviewées

Annexe 2 : comptes-rendus des réunions d'acteurs

Annexe 3 : résultats du questionnaire habitants

## LES PARTIS PRIS DE NOTRE MISSION : Une animation stratégique vers une ambition partagée

### Le Schéma de développement touristique durable

- Passer d'une gestion de mesures à une stratégie partagée qui tend vers le durable
- Ne pas seulement inventer de nouvelles actions mais écrire ce que fait le Parc en lui donnant du sens et de la cohérence
- Alimenter la nouvelle Charte du Parc d'un projet de développement collectif, dont la stratégie touristique que tout le monde attend.

### La Charte Européenne du tourisme durable dans les espaces protégés

- L'opportunité de crédibiliser l'ensemble des actions du Parc et de formaliser un objectif à atteindre et une étape ambitieuse et difficile à franchir
- Un modèle opérationnel et une méthode déjà en marche sur un réseau d'espaces naturels européens : un projet collectif, des projets d'entreprises, une production touristique autour des ressources identitaires.

#### ► Enjeux

- Animer le développement des territoires Verdon en mobilisant ensemble tous les acteurs locaux autour des enjeux durables
- Associer tous les partenaires dans l'action :
  - le Parc naturel régional du Verdon : un espace qualité, des richesses reconnues, protégées et valorisées
  - Les partenaires publics (garants de la maîtrise du développement)
  - Les acteurs privés (garants de la culture de l'accueil et de la qualité de l'offre)

# I - ETAT DES LIEUX ET DIAGNOSTIC

## 1.1 - Le territoire Verdon et le Parc naturel régional en action

### 1.1.1 DIVERSITÉ DES TERRITOIRES DU VERDON

*Des identités multiples à prendre en compte  
Une richesse à exploiter et une contrainte à gérer  
Le Verdon, un territoire rural contrasté et contraint.*

- La rivière épine dorsale du territoire et frontière des 2 départements : la rivière comme un lien territorial ou une contrainte majeure et frein relationnel entre les 2 rives, surtout dans les gorges.
- Le territoire se compose de sous-territoires diversifiés d'Ouest en Est, au croisement de zones paysagères singulières et de bassins de vie en relation d'usages avec des villes de proximité, en Haute Provence et dans le Var :
  - les secteurs de Moustiers Ste Marie, Riez et Valensole et de Gréoux-les-Bains, proches de la dynamique Manosque,
  - le secteur de La Palud, Rougon, Castellane en relation avec Digne-les-Bains,
  - l'Artuby dans la dynamique de Draguignan,
  - le secteur des lacs de Sainte Croix, de Quinson et d'Aups proches de Brignoles.

***La question du « cœur » du Verdon où les nuisances issues de la forte fréquentation occupent tout le champ des préoccupations***

- En milieu rural, le tourisme est lié aux autres activités. Quand il devient « monoculture », il y a des prédatons et des prédateurs. Ce n'est pas tout le Verdon qui est débordé par les flux mais seulement quelques sites sur de courtes périodes.
- Constatée seulement 2 mois par an, la « surfréquentation » ne concerne que 10 communes sur les 45 que compte le Parc naturel régional. Ce phénomène très saisonnier s'observe exclusivement l'été sur les lacs et les gorges. Il mobilise cependant l'action de 3 chargés de mission occupés à plein-temps sur 3 dossiers spécifiques (Opération Grand site, Schéma des activités de pleine nature et Lac de Sainte Croix).

### 1.1.2 LES RESSOURCES ET LES RICHESSES TOURISTIQUES DU VERDON

***Au -delà de la carte postale Verdon « monument naturel et grand paysage » le territoire possède de quoi alimenter des « promesses d'autre chose »***

- l'environnement naturel et les paysages remarquables des gorges du Verdon constituent les atouts identitaires et les plus grandes fiertés du territoire.

- La rivière Verdon, de la source à Gréoux-les-Bains, un oasis naturel et une entité écologique remarquable qui aurait pu justifier, à elle seule, de la mise en place d'une Réserve Naturelle.
- Paysages et espaces naturels, repos, baignade et sports de plein air constituent les motivations touristiques des séjours Verdon pour lesquels de nombreux excursionnistes à la journée saturent les sites 2 mois par an.
- les communes du Verdon disposent cependant d'autres ressources éparpillées sur les communes rurales occultées par le « monument naturel » alors qu'elles pourraient servir de base à la construction et à l'organisation d'offres complémentaires de découverte.
  - l'archéologie qui est une richesse majeure,
  - « l'eau santé » de Gréoux-les-Bains,
  - les productions et les savoir-faire agricoles, artisanaux et artistiques,
  - l'histoire, la culture et le patrimoine rural,
  - les richesses naturelles (géologie, faune, flore ...).
- Ces ressources ne servent pas aujourd'hui de point d'appui identitaire du territoire Verdon. Le Verdon a perdu sa mémoire d'avant les lacs. Il y a urgence à mieux valoriser la diversité des ressources du Verdon qui est une grande force du territoire.
- Il est urgent que les territoires Verdon sachent ce qu'ils veulent défendre et promouvoir ensemble sous le label Parc naturel régional du Verdon.

### 1.1.3 APPROCHE HISTORIQUE DU VERDON ET DU PARC

#### *Un territoire colonisé et une légitimité qui repose sur des ambiguïtés et des malentendus pour un grand territoire en quête d'équilibre et de développement durable*

- Territoire rural enclavé issu d'une économie agropastorale en zone aride, préservé des grands mouvements d'urbanisation, le Verdon a fait l'objet de mutations significatives :
  - grands aménagements d'intérêt national (barrages EDF et lacs artificiels),
  - installation de l'armée française à Canjuers,
  - mise en place d'un modèle touristique « de bord de mer » sur un territoire qui n'était pas préparé à l'accueil.
- A la naissance du Parc naturel régional du Verdon, il y a une « identité rêvée » qui n'est pas réalisée : l'unité géographique, naturelle, économique et culturelle autour d'une vraie dynamique de développement.

*« Il y a de la frustration parce que le « qui fait quoi » n'a pas été assez clairement explicité. La création du PNR Verdon repose sur un mauvais montage, des malentendus et des ambiguïtés. Le Parc est sur un positionnement plus « protectionniste » que « développeur ». Créé sur un terrain préparé par le Syndicat mixte des Pays du Verdon, le Parc naturel régional ne fait pas officiellement de développement »*

Le contexte intercommunal a considérablement évolué :

- 6 SIVOM, 1 Communauté de Communes et 1 SIVU
- le Syndicat Mixte des Pays du Verdon, fédération des structures intercommunales à l'échelle d'un Verdon « large » (70 Communes) intégrant les 45 Communes du Parc,
- le Pays Dignois comprenant 43 communes associées, dont 2 communes du Parc,
- les projets de 3 nouveaux Pays :
- le Pays des 3V (périmètre validé en Mai 2001) comprenant 32 communes associées, dont 8 communes du Parc,

- le Pays de Haute Provence (périmètre validé en Février 2002) comprenant 47 communes associées, dont 4 communes du Parc,
- le Pays du Verdon (périmètre validé en Mars 2003) comprenant 54 communes associées, dont 31 communes du Parc.

Le Parc naturel régional du Verdon ne peut plus être à lui seul un outil de développement. Les Pays sont en train de structurer leur développement.

- Le Parc est avant tout un espace naturel et la structure de gestion est là pour veiller à sa protection et à sa valorisation,
- Le Parc doit travailler activement à la reconnaissance de son label.

#### **1.1.4. LE PARC NATUREL RÉGIONAL DU VERDON EN ACTION**

##### ***Difficultés structurelles, déficit de crédibilité et absence de positionnement stratégique***

##### **Des difficultés structurelles**

- Le Parc du Verdon est un outil de décision sur 45 communes « en ligne », sans organisation ni structuration à l'échelle des sous territoires.
  - difficulté à organiser une réflexion stratégique, un certain nombre de décalages sur les visions de l'aménagement.
- Malgré un certain potentiel d'idées et d'énergies, il n'y a pas de « projet Verdon », mais plutôt une somme d'intérêts communaux et la conscience forte des limites de ce développement « au fil de l'eau ».
  - Il faut un engagement politique du Parc sur la Charte et sur sa mise en œuvre.

##### **Un empilement de mesures qui ne garantit pas l'avenir du Parc**

- Des procédures d'urgence (opération Grand site, Plan de gestion du Lac de Sainte-Croix) et des perspectives de projets structurants (Schéma de gestion des activités de pleine nature, programme Leader+ « hors circuit, hors saison »).
- Pour le reste, on est sur des opérations au « coup par coup », un mauvais montage financier pour un projet touristique qui n'a pas été débattu.

##### **Une volonté politique et des moyens d'agir qui restent à confirmer**

- Les moyens structurels sont insuffisants pour garantir la marche en avant d'un projet Parc.
- Le Schéma touristique doit permettre au Parc d'asseoir sa crédibilité en inscrivant ses actions dans une stratégie directrice.

*« Le Parc n'est pas vraiment légitime parce qu'il n'a pas clairement été voulu par les élus locaux et soutenu par ses partenaires départementaux et régionaux ».*

*« Le Parc doit savoir ce qu'il veut, quelles missions il se donne et avec quels moyens. La situation est sérieuse, il faut « redresser la barre » et sans doute 3 à 5 ans pour convaincre : retrouver le cycle « gestion valorisation-protection » des ressources, mieux affirmer les valeurs du Parc et les traduire en plus-value touristique »*

### ***Organisation touristique et partenariat : un mauvais départ et des responsabilités mal partagées***

- Depuis sa création, tout le monde attend de savoir ce que le Parc du Verdon veut faire en matière de stratégie touristique.
- Un schéma dans lequel chacun a sa vision des choses et campe sur ses positions :
  - les institutionnels autour de l'image et de la promotion de leur département,
  - le Parc autour de la protection et du respect de l'environnement,
  - les professionnels regroupés dans Verdon Accueil autour de la promotion et du « business ».
- La disparition de Verdon Accueil cristallise les positions de chacun sur les responsabilités des autres.
- *Une dynamique des acteurs et 15 ans d'expérience d'un mécanisme fondamental du fonctionnement touristique qu'il faudra bien remplacer.*
  - Aujourd'hui, les acteurs n'ont plus de plaisir à travailler ensemble pour construire l'avenir du Verdon. Il faut remobiliser et réactiver leur capacité à s'engager dans la durée.

## **1.2 - L'économie et les pratiques touristiques dans le Verdon**

- Des problèmes de quantité : un problème de «trop plein» ponctuellement l'été
- Des déséquilibres flagrants entre les sites
- Des problèmes de nature et de qualité d'offre
  - Les bons résultats ne motivent pas l'émergence d'offres singulières et de qualité (une évolution est cependant constatée sur ce point depuis l'été 2003)
  - L'offre de découverte n'est pas lisible (organisée et valorisée)
  - On n'a pas partout le «sens de l'offre» et la «culture de l'accueil»

### **1.2.1 L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE DU VERDON**

Des chiffres difficiles à agréger qui masquent des dynamiques fortes : une vision plurielle s'impose.

- Gréoux-les-Bains station thermale : un pôle de lits marchands qui affiche un très bon taux d'occupation sur 9 mois de l'année
- Gorges et Lacs : un pôle de lits de plein air qui fait le plein en été
- Dans le Var, en particulier, une forte densité de lits en résidences secondaires dont on mesure mal les modes de consommation
- Un volume très important de non-séjournants qui agrègent en fait trois types de clientèle :
  - Les clientèles de proximité (intra-régionales) usagers des sites à la journée ou pour une seule nuit,
  - Les touristes en séjour dans la région
  - Les circuits organisés (bus ou voiture) qui ne font que traverser le Verdon et peut-être l'espace régional.



**Les institutionnels nuancent :**

« C'est un territoire qui fonctionne plutôt bien malgré quelques problèmes l'été sur une zone restreinte, des mesures sont en cours et on attend des résultats significatifs. Pour le reste c'est plus facile de modeler les pratiques dans une zone qui a déjà une notoriété et, de plus, une bonne image. »

« Les professionnels du Verdon ont un bon niveau de qualité : la fréquentation les tire vers le haut. Toutes les démarches qualité sont bien suivies sur le territoire Verdon. Conscience bien partagée du capital environnement. »

**Nombre et nature des lits touristiques**

	Verdon		Alpes Haute Provence		Var		Région PACA	France
Lits touristiques	80 000		190 000		1 000 000		2 700 000	
Taux de fonction touristique Nbre de lits/ habitant	3,68		1,3		1,11			
Lits résidence secondaire	58 000	60%	105 000	56%	800 000	80%	77%	70%
Lits marchands	32 000	40%	85000	44%	200 000	20%	23%	30%
dont campings	25 600	32%		20%			11%	16%
dont Hôtels*, résidences et meublés	6 400	8%		42%			12%	

**A RETENIR :**

- 85% des lits touristiques concentrés autour des lacs
- 80% des lits marchands sont en campings
- 30% des lits marchands hors camping sont localisés à Gréoux-les-bains
  
- Le poids des résidences secondaires est plus important dans la partie Var. Pour la zone Verdon des Alpes de Haute Provence elles ne représentent que 47% (nombre élevé de lits camping et hôtels sur cette partie).

## Fréquentation et mode de consommation (étude CETE)

Les séjournants représentent 43% de la fréquentation en 2001

### Mode d'hébergements et durée de séjours

		camping	hôtels	locatifs	Résidences 2°
Verdon					
% des séjours		61%	12%	10%	19%
Durée moyenne séjour	10 j	10,5 nuits	5 nuits	14 nuits	21 nuits
Alpes de Haute Provence	5,6 J				
Var	7,6 j				
PACA	7j				

Les séjours en hôtellerie augmentent de 5,5% depuis 1995 avec une durée de séjours de 7 nuits en arrière saison pour 24% des nuitées (poids de Gréoux les Bains avec une progression de 6000 curistes depuis 1996)

Baisse de 14 à 10,5 nuits de la durée moyenne des séjours entre 1995 et 2001 : tendance constatée dans toutes les régions de France (fractionnement des vacances, multiplication des courts séjours, baisse des longs séjours). Les chiffres du Verdon restent très en dessus des moyennes départementale et régionale.

Les non-séjournants représentent 57% de la fréquentation en 2001 (excursionnistes et usagers des sites à la journée) :

- En hausse de 23 % par rapport à 1995, hausse particulièrement sensible l'été. (de 32% en 95 à 56% en 2001) Une tendance négative qui renforce l'actualité des incantations hors saison, hors circuits et « transformer les excursionnistes en séjournants »

Des chiffres clés (à interpréter avec précaution)

- Fréquentation des Gorges (sentiers et sites)
  - De 500 000 à 650 000 visiteurs par an
  - Représentant une hausse de 20% sur l'été depuis 1995
- Fréquentation des rives du Lac de Sainte-Croix
  - De 800 000 à 900 000 visiteurs par an dont 700 000 en été
  - légère baisse ou stabilité depuis 1995
- Approche de la fréquentation globale du Parc (sans double compte)
  - 1,5 million à 2 millions de visiteurs
- Photographie d'un jour de pointe :
  - 60 000 personnes environ sur l'ensemble du PNRV, soit un triplement de la population permanente (donnée qui ne serait pas alarmante si une répartition homogène dans l'espace était constatée)

## Évaluation du poids économique du tourisme

- 800 entreprises touristiques
- 2000 emplois directs et une estimation de 1500 emplois saisonniers
- une estimation de 40% du PIB. (Par extrapolation avec les chiffres du département des Alpes de Haute Provence avec une structure de répartition des actifs comparable à celle du Verdon)

Le sentiment exprimé de « monoculture touristique » n'est pas entièrement conforté par les chiffres.

L'agriculture résiste mieux qu'il n'y paraît : avec 10% des actifs (13% en 1990) contre 6% pour le département des Alpes de Haute Provence et 3% pour le Var.

### Des avis :

»L'offre Parc naturel régional doit permettre de sortir du tout mercantile (sentiment qui prime sur le territoire et pourrait être encore renforcé par le développement des parkings ou services payants) »

»Pour transformer le passage en séjour et garder plus longtemps les excursionnistes : une politique événementielle toute l'année. »

»Lever les contradictions : on ne peut pas d'une part dire qu'on veut transformer 600 000 excursionnistes en séjournants et soutenir dans le même temps qu'on n'a pas besoin sur la zone de 2 à 3 hébergements standards de capacité bus ».

### 1.2.2 IMAGE ET REPRESENTATION DU VERDON

Les Gorges du Verdon constituent le « monument naturel » des deux départements

- Premier des 20 sites les plus célèbres du département des Alpes de Haute Provence
- Deuxième site pour le Var après Saint-Tropez.
- « La » curiosité des départements pour les communicants, du Touring Club de France aux Comités Départementaux de Tourisme
- L'incontournable des « circuits Provence » pour le Comité Régional du Tourisme

#### Estimation qualitative

Les motivations des visiteurs (enquête CETE)

- Aspect sauvage et naturel motive 31% des usagers
- Qualité du paysage motive 30 % des usagers

Les motivations des visiteurs estimées par les habitants (questionnaire PNR)

- Paysages espaces naturels
- Repos, soleil, baignade
- Sports de plein air

Un parc « aventures et liberté »

- Les activités de pleine nature occupent toute l'image
- Les sports extrêmes sont réservés à une minorité d'adeptes
- Les pratiques favorisant la pédagogie de la découverte (la randonnée, la pêche...) ne sont pas mises en valeur

#### Activités sportives

- Cristallisation autour des activités de pleine nature : c'est la filière qui attire le plus d'entreprises extérieures qui « font de l'argent » 2,5 mois par an et s'en vont.
- Les professionnels concernés : « les sports d'eaux vive dans le Verdon ne sont pas « hard », pour la recherche de fortes sensations, ce n'est pas dans le Verdon qu'on emmène les clients. Attention à la déontologie de la communication. »

Tourisme culturel

- Soutien et intérêt pour renforcer le tourisme culturel sur le territoire (Quinson, Moustiers et Riez pour les Alpes de Haute Provence, Aups pour le Var)
- C'est sur l'animation culturelle que le lien habitants/visiteurs peut se construire

Terroir :

- Grand absent de l'offre touristique aujourd'hui lisible. Avec 10% d'actifs agricoles : une offre d'agritourisme qui paraît en deçà de ce qu'on peut trouver sur d'autres territoires proches.

On constate un **décalage important** entre l'image du Verdon « transmise » par les visiteurs (représentation d'un espace naturel « de liberté » où « tout est permis ») et la réalité (le Verdon est un territoire « sensible » et habité).

**Représentation interne** (Questionnaires habitants) «votre fierté quand vous parlez du Verdon» :

- PAYSAGES REMARQUABLES à 60%
- Paradoxe : à la fois « le Verdon c'est scotchant » (beaucoup de saisonniers restent parce qu'ils tombent amoureux des lieux), on aime passionnément ce pays mais on n'a pas vraiment d'idées précises sur ses richesses en dehors de la carte postale des gorges qui est devenue la référence.
- *«La question essentielle, c'est de savoir si les gens s'approprient le territoire et se sentent Verdon».*

## II - ENJEUX ET STRATÉGIE

### 2.1 Les enjeux issus du diagnostic

#### 2.1.1 RÉPONDRE AUX ATTENTES EXPRIMÉES PAR LES INSTITUTIONNELS, LES ACTEURS ET LA POPULATION

*A l'issue des consultations des institutionnels, des acteurs professionnels,  
UN CONSENSUS SE DÉGAGE,  
bien illustré par les résultats du questionnaire habitants*

1 - On veut un Parc naturel régional: c'est une plus-value, on y tient. Les erreurs et échecs ne remettent pas en cause l'opportunité du Parc du Verdon. Ce que le Parc a réussi : convaincre à peu près tout le monde de l'utilité et de l'intérêt d'un « parc naturel régional » ! Ce qui n'était pas acquis au départ.

Sentiment paradoxal: bien que « très mal-aimé », on trouverait plus de monde (hors élus locaux) pour défendre le Parc aujourd'hui qu'il n'y en a eu pour se battre lors de sa création.

2 - On veut un tourisme maîtrisé et un retour à plus d'équilibre du territoire

3 - On attend des mesures de protection et une réglementation plus forte

4- On cherche à comprendre ce que veut le Parc du Verdon en matière de stratégie touristique

5- Le Parc a perdu de la crédibilité non pas dans la nature des actions qu'il a conduites, mais dans la manière dont il les a conduites

#### 2.1.2 METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE D'ORGANISATION

*Rester humble et modeste face au développement ;  
Ne pas vouloir tout résoudre, le Parc n'est pas seul.*

- Réorganiser l'action du Parc naturel régional

Faire le tri entre ce qui relève du Schéma touristique et ce qui relève des axes transversaux de la future Charte

- Revoir la répartition des compétences touristiques

1. Les intercommunalités pourraient assurer l'accueil et l'information via les Offices de tourisme associés en réseau

2. Les Pays pourraient accompagner l'émergence de nouvelles structures d'accueil

3. Le Parc pourrait porter l'organisation de la découverte des richesses du PNR, dans une logique de gestion / protection / valorisation des ressources

- Réajuster les modes opératoires du PNR

A l'exception de la maîtrise d'ouvrage d'actions significatives et démonstratives, le Parc pourrait se consacrer principalement aux missions d'assistance à maîtrise d'ouvrage et aux missions d'animation-formation « espace naturel » sur l'ensemble des territoires

### **2.1.3 METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE D'OFFRE PNR VERDON**

*Mettre en cohérence offre/image Verdon avec l'existence du Parc naturel régional*

- Personnaliser et mettre en valeur les territoires Verdon
- (milieu naturel sur les gorges et les lacs, miel à Valensole, thermalisme à Gréoux, archéologie en Artuby)
- Diversifier les activités et les prestations
- Construire une « Offre Parc »
- Décerner un « label Parc naturel régional »

### **2.1.4 SOLLICITER UNE RECONNAISSANCE ET DES MOYENS DURABLES DES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS**

*Le Parc naturel régional s'engage sur une stratégie et un Schéma touristique  
En contrepartie, le Parc du Verdon attend de vrais moyens durables*

1. Le Parc souhaite être reconnu par ses partenaires (Départements et Région PACA) qui s'impliquent à ses côtés sur le territoire du Parc.
2. Le Parc sollicite un crédit moral, des moyens financiers à long terme et un « crédit temps » (ne pas exiger des résultats trop rapides).

## SYNTHESE DIAGNOSTIC ET ENJEUX

**Consommation touristique sur le Parc naturel régional du Verdon : Absence de lisibilité de l'espace protégé**

➤ **Un enjeu de survie :**

- Maintenir le label Parc naturel régional
- Respecter les ressources, les équilibres économiques et sociaux
- Garantir l'intégrité du territoire pour les générations futures

**Organisation et animation de l'activité : Perte de crédibilité de l'action du Parc**

➤ **Un enjeu de crédibilité :**

- Être un partenaire incontournable
- Mettre en œuvre le tourisme durable dans le Parc du Verdon
- Faire entendre et faire comprendre les valeurs du durable

**Offre touristique : Absence d'image Parc et perte d'attractivité du territoire**

➤ **Un enjeu de reconnaissance :**

- Apporter une plus-value Parc
- Redonner du sens au tourisme « dans le Parc »
- Marquer fortement l'offre touristique «Verdon espaces sensibles»

## 1.2 La Stratégie

### 2.2.1 APPROCHE GLOBALE DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE A CONDUIRE

#### **Débanaliser l'espace touristique Verdon et animer la dynamique partenariale dans le respect des valeurs et des ressources de l'espace protégé**

##### **Le Verdon n'est pas un territoire touristique comme les autres**

C'est un « parc naturel régional », c'est-à-dire un gisement de ressources exceptionnelles qui n'est pas suffisamment identifié par les acteurs locaux et les publics touristiques à la mesure du potentiel de richesses qu'il représente et un espace protégé justifié par la grande fragilité de ce capital naturel et patrimonial.

##### **Le Verdon n'est pas non plus un Parc Naturel Régional comme les autres**

Il est l'un des seuls Parcs créés dans un contexte de pression touristique forte engendrée par de grands aménagements EDF. Le tourisme, généralement facteur de développement et d'épanouissement sur la plupart des parcs ne peut pas être appréhendé dans le Verdon sans tenir compte du contexte historique et sociologique spécifique du territoire. Néanmoins, le classement en Parc naturel régional doit pouvoir s'imposer comme un facteur attractif déterminant pour le public et, à ce titre, conférer au territoire une crédibilité d'espace protégé.

Le diagnostic sans concession réalisé dans l'étape 1 fait apparaître que, pour des motifs liés à l'histoire même du Parc, **la mise en œuvre du cycle gestion-protection-valorisation des patrimoines reste très complexe dans le cas du Verdon**. Ici moins qu'ailleurs, le Parc ne peut donc faire l'économie d'une démarche stratégique sérieuse, construite et concrète. Tout ne se fera pas en un jour, il faut donc **commencer par le commencement et procéder par ordre** :

Sur un territoire d'image qui s'étend au-delà des limites du PNR, le Verdon a d'abord besoin d'une **stratégie d'organisation touristique cohérente** qui implique tous les partenaires dans la reconnaissance de la « plus value parc » pour l'ensemble des territoires Verdon.

Parallèlement, Le Parc naturel régional du Verdon n'échappe pas à cette nécessité de devoir asseoir aujourd'hui sa crédibilité sur le terrain en caractérisant fortement son offre touristique.

La **stratégie d'offre touristique du Parc du Verdon** doit permettre de recentrer ses actions autour de la **singularité des ressources des territoires Verdon** et autour de la **qualité des prestations et des prestataires du Parc**.

Enfin, le Parc est attendu par tous dans sa **mission de protection des espaces protégés**.

En effet, à l'issue des consultations engagées auprès des institutionnels, des acteurs professionnels et des habitants du Verdon un réel consensus s'est dégagé en faveur de la mise en place dans le Verdon d'un **tourisme maîtrisé et durable** et d'une attente claire de **mesures de protection des patrimoines** adossées à une réglementation plus forte.

Au-delà de ce cadrage général, il paraît important de **rappeler quelques règles simples** qui doivent accompagner les interventions du Parc naturel régional du Verdon :

1. **Le Parc du Verdon ne doit pas tout vouloir résoudre**, mais sélectionner ce qu'il entreprend en fonction des axes majeurs de sa mission stratégique d'« animateur d'espace protégé ».

**Le Parc du Verdon n'est pas tout seul sur le champ du tourisme** : le « passif » accumulé sur le Verdon oblige le Parc à bien réfléchir, avec ses partenaires, sur les besoins et sur l'indispensable



cohérence d'échelles nécessaire pour rendre efficace l'action touristique qu'il mène aux côtés de tous sur l'espace Verdon.

2. Le Parc du Verdon doit choisir les actions qu'il porte à partir d'orientations claires, « aller au bout » de ses choix et concrétiser nécessairement les actions qu'il pilote.

3. Initiateur, sur ses domaines d'intervention, le Parc devra sans cesse défricher, mobiliser et convaincre pour responsabiliser tous les niveaux de partenariat autour des implications durables des actions qui doivent être menées. Dans sa démarche « militante » pour un tourisme durable, le Parc ne doit pas oublier les acteurs et les prestataires qui le soutiennent : ils sont les vrais ambassadeurs du Parc naturel régional.

S'agissant de la révision de la Charte du Parc du Verdon, il nous apparaît stratégiquement important de « réactualiser » l'implication des partenaires de l'espace naturel régional. À ce niveau, la question de la renégociation de la convention et du mode de financement de la structure est posée. Mais peut-on raisonnablement revenir là-dessus aujourd'hui ?

A l'occasion de la mise en chantier du Schéma de gestion et de développement touristique, nous confirmons qu'animer le Schéma touristique tout seul ne veut rien dire. Pour le Parc, il conviendra donc de communiquer pour s'assurer du soutien et de l'engagement des collectivités pour « agir aux côtés du Parc », c'est-à-dire, entrer en dialogue avec les structures en charge du développement des « pôles de vie » du Verdon et définir avec elles les espaces et les projets de collaboration.

Ceci implique donc aussi qu'on soit capable de manager l'équipe du Parc du Verdon autrement, plus près des territoires, des partenaires et des acteurs.

## **2.2.2. METTRE LE VERDON SUR LE CHEMIN DU TOURISME DURABLE**

Le Schéma touristique durable doit marquer la volonté du Parc du Verdon de favoriser un tourisme de qualité respectueux des enjeux du territoire et de ses habitants. Pour ce faire, le Parc doit initier des programmes d'actions concrètes de gestion, de protection, de valorisation et de développement fondés sur un partenariat renforcé avec les élus locaux, les acteurs des territoires et les professionnels du tourisme des départements du Var et des Alpes de Haute Provence.

Conséquence directe du diagnostic partagé et des enjeux sur lesquels il débouche, le Parc va donc devoir engager sa stratégie touristique d'intervention dans 3 directions complémentaires indissociables :

**Champ n°1** : une politique « d'accompagnement de la protection » assurée par les collectivités, visant à une application sérieuse de la réglementation existante destinée à maîtriser les impacts négatifs de l'activité économique dominante, à réduire les nuisances et à retrouver les conditions d'accueil et de séjour qui garantissent la satisfaction des clientèles des espaces naturels protégés,

**Champ n°2** : une politique « d'animation de l'activité touristique sur les territoires Verdon », centrée sur la mise en œuvre du tourisme durable dans le Parc, assurée en étroite collaboration et en cohérence avec l'animation menée par les autres partenaires territoriaux du tourisme,

**Champ n°3** : une politique de « développement de l'offre touristique spécifique au Parc du Verdon », fondée sur l'appui technique et financier à la labellisation des produits de découverte des espaces protégés (Marque Parc et Charte Européenne du Tourisme Durable) qui doit permettre, à terme, de souder des liens durables entre le territoire, ses populations et les visiteurs.

Cette approche stratégique des **missions tourisme du Parc naturel régional du Verdon** s'inscrit dans une démarche en **3 étapes** qui correspondent chronologiquement aux **temps forts** du Schéma de gestion et de développement touristique :

1. Le **repositionnement des missions touristiques du Parc** et la **renégociation** des partenariats. C'est l'étape des « **pré-requis** » destinés à remettre l'espace naturel « **en ordre de marche** » dans le développement touristique du Verdon.
2. L'annonce de la **stratégie légitime du Parc naturel régional**. C'est l'étape de la **définition** et de la **validation des grands axes** par les partenaires.
3. La **négociation** et la **mise en œuvre d'un programme pluriannuel d'actions touristiques**

# III - Le Schéma de gestion et de développement touristique durable

## 3.1 Le Schéma programme

*Un outil dynamique pour construire le changement et mettre le Verdon sur le chemin du durable*

Le schéma-programme touristique du Parc du Verdon vise à **coordonner la mise en œuvre d'un tourisme intégré de qualité** sur le territoire du Verdon, à des fins de **développement durable**.

Plus précisément, l'ambition du schéma consiste à **redonner de la valeur aux espaces et des perspectives d'avenir aux habitants et aux acteurs** :

- en valorisant la **diversité des ressources** naturelles, culturelles et patrimoniales des territoires Verdon,
- en favorisant la **complémentarité des activités économiques traditionnelles** (agriculture et artisanat) avec le tourisme, les installations et les projets « mixtes » sur le territoire,
- en favorisant l'émergence d'**une offre touristique durablement qualifiée calée sur la découverte des spécificités patrimoniales des territoires Verdon** particulièrement recherchées par les publics des espaces sensibles et répondant aux attentes de nombreux acteurs,
- en initiant une **dynamique locale de progrès** fondée sur la mobilisation des acteurs, des populations et des clientèles autour du **respect des valeurs** portées par le Parc du Verdon de la démarche durable de **gestion / protection / valorisation des ressources identitaires**.

L'architecture du schéma s'articule autour des **3 grands objectifs** correspondant aux axes de la stratégie validée :

- préserver et protéger l'**environnement** et les **ressources patrimoniales** associées au tourisme dans le Verdon,
- piloter la mise en œuvre du **tourisme durable** dans le Verdon,
- développer et promouvoir une **offre touristique labellisée « Parc naturel régional du Verdon »**

Chaque objectif se traduit par un ensemble d'axes d'orientation regroupés en « nature » d'actions qu'on retrouvera déclinées sous chacun des trois grands objectifs :

- les actions qui traitent des **fondamentaux communs aux espaces sensibles**, interfaces entre le Schéma touristique et les exigences de base de la Charte du Parc Naturel Régional du Verdon, ainsi que toutes les actions de **sensibilisation, mobilisation « larges »** qui s'y rapportent,
- Les actions de terrain correspondant aux **chantiers prioritaires engagés sur le tourisme à l'échelle du Parc du Verdon,**
- Les **actions de communication, d'animation événementielle et de promotion de l'image,** internes ou externes, directement associées à l'exemplarité des actions engagées sur les territoires du Parc du Verdon,
- Les **actions transversales indispensables, pertinentes à l'échelle régionale.**

**OBJECTIF 1****Préserver et protéger l'environnement et les ressources patrimoniales associées au tourisme****• Axe 1.1 : Sensibiliser et éduquer le public et les populations à la préservation et à la protection**

1.1.1 Structurer l'information diffusée par le Parc du Verdon

1.1.2 Mettre en place des programmes et des séances de sensibilisation / éducation

**• Axe 1.2 : Diffuser une culture de la préservation et contribuer à faire respecter la réglementation dans le Parc du Verdon**

1.2.1 Actions pédagogiques: présenter la « boîte à outils » aux élus, aux acteurs et au public

1.2.2 Action d'appui technique et d'accompagnement des acteurs sur les thèmes indispensables

1.2.3 Assurer des diagnostics environnementaux pour toutes les nouvelles installations touristiques

**• Axe 1.3 : Organiser l'accueil et les pratiques sur les zones sensibles et contraindre les activités non respectueuses de l'environnement**

1.3.1 Gestion des flux sur les zones les plus fréquentées

1.3.2 Aménagement et équipement des sites sensibles

1.3.3 Règlement des conflits d'usage et respect des bonnes pratiques concernant les activités sensibles

**• Axe 1.4 : Programmes d'animations et événements médiatiques « Verdon espaces sensibles »**

1.4.1 Animations à renouveler ou à inventer

1.4.2 Appel à projet et/ou soutien à des manifestations démonstratives, surtout en période d'été, pour avoir un impact réel

**• Axe 1.5 : Actions, sur le long terme, à caractère d'exemplarité**

1.5.1 Dossiers à faire avancer dans les espaces sensibles de Provence Alpes Côte d'Azur

1.5.2 Approche régionale d'un « réseau véhicules propres » dans les espaces sensibles de la Région Provence Alpes Côte d'Azur , ...

**OBJECTIF 2****Piloter la mise en œuvre du tourisme durable dans le Verdon****• Axe 2.1 : Accompagner le débat sur le durable et susciter le changement des pratiques de TOUS****2.1.1 Animer la prise de conscience citoyenne à partir d'une analyse crédible****2.1.2 Animer le débat à travers une démarche de démocratie participative****• Axe 2.2 : Piloter les « Chantiers du durable », auprès de tous acteurs et des prestataires, en collaboration avec les territoires Verdon****2.2.1 Structurer l'approche thématique et pédagogique par divers « ateliers » concernés par « le tourisme durable » (dont ressources humaines) Animer «à la carte» l'action sur du long terme, pour engager le plus grand nombre d'acteurs présents****2.2.2 Formation et accompagnement des professionnels du tourisme soucieux d'intégrer, tout ou partie du durable, dans leur activité****• Axe 2.3 : Piloter une cellule « de veille » sur les opportunités et l'accueil » des nouvelles installations dans le Parc du Verdon****2.3.1 Recensement des opportunités d'installations « mixtes » et des types de projets touristiques des acteurs****2.3.2 Accueil et coordination de l'accueil de porteurs « pluriactifs » et de projets touristiques «innovants» en collaboration avec les territoires Verdon****• Axe 2.4 : Initier et animer une démarche de progrès avec les territoires Verdon et les entreprises touristiques présentes****2.4.1 Accompagnement des professionnels soucieux d'intégrer les valeurs des Parcs et du développement durable dans leur activité****• Axe 2.5 : Favoriser les échanges et la communication entre les partenaires et les acteurs****2.5.1 Assises du tourisme durable dans le Verdon****• Axe 2.6 : Proposer et participer à une démarche «inter parcs» en vue d'une candidature régionale à la charte européenne du tourisme durable****2.6.1 Reprise et adaptation, à l'échelle régionale des Parcs naturels régionaux de la Région Provence Alpes Côte d'Azur, de la méthode IPAMAC ( Parcs du Massif Central).**

### OBJECTIF 3

#### Développer et promouvoir une offre touristique labellisée « Parc naturel régional du Verdon »

- **Axe 3.1 : Mettre en œuvre un schéma de valorisation patrimoniale des territoires Verdon**
- 3.1.1 Réaliser un plan d'interprétation du Verdon à partir de l'inventaire des ressources identitaires reconnues et exploitables
- 3.1.2 Identifier des « modes » de valorisation
- 3.1.3 Professionnaliser les lieux ressources existants ou à créer pour asseoir chacune des thématiques
- 3.1.4 Animer la mise en tourisme des ressources espace naturel dans leur diversité : Privilégier les thématiques attractives toute l'année et les décliner en prestations pérennes : faire le lien « patrimoines » et « promesses singulières » des territoires Verdon

- **Axe 3.2 : Animer des « ateliers » de construction d'offres de prestations labellisées Parc ,**
- 3.2.1 Développer l'action éducative, soutenir les projets pédagogiques, mobiliser et accompagner pour mettre en place des offres de découverte
- 3.2.2 Accompagner la construction des prestations individuelles et collectives par une professionnalisation des acteurs de l'accueil
- 3.2.3 Animer des actions de formation sur « l'offre Parc du Verdon » auprès des « ambassadeurs » du Parc, candidats à « la marque Parc »
- 3.2.4 Actions de soutien / adaptation des structures, en complémentarité des mesures existantes
- **Axe 3.3 : Mettre en réseau les offres et les acteurs « ambassadeurs » sur les territoires Verdon**
- 3.3.1 Animer l'offre d'itinérance (randonnée, cyclo, etc...)
- 3.3.2 Animer un calendrier de « Rendez-vous du Parc », bases des manifestations thématiques existantes ou à créer pour faire vivre l'offre toute l'année

- **Axe 3.4 : Promouvoir une nouvelle image du Verdon et communiquer sur « la découverte touristique en espaces sensibles »**
- 3.4.1 Travailler l'image Verdon des territoires à partir de nouveaux supports de communication
- 3.4.2 Structurer le contenu des relais infos Parc dans les OT et les musées
- 3.4.3 Proposer une charte de communication cohérente et homogène pour les prestataires « marqués » Parc
- 3.4.4 Proposer un schéma de signalisation ou définir des « repères » pour les prestataires « marqués » Parc

- **Axe 3.5. : Conduire les approches transversales indispensables et mettre en réseau les offres « espaces sensibles » à l'échelle régionale**
- 3.5.1 Construire et mettre en réseaux (échelle PACA) des gammes de produits touristiques espaces sensibles

## 3.2 Le programme d'actions à engager à court et moyen terme

### *Passer du schéma validé au programme d'action construit par l'équipe tourisme avec l'appui technique et l'accompagnement des consultants*

Prenant en compte cette approche méthodologique et de ses conséquences stratégiques, notre proposition de programme privilégie :

- Le mode d'action à mettre en œuvre
- L'affichage clair de ce que le Parc doit conduire pour faire exister l'espace protégé sur le champ touristique.

Si la candidature à la Charte européenne du tourisme durable n'apparaît pas comme la clef d'entrée du schéma touristique, c'est pour tenir compte de la réalité. Selon nous, le Parc n'est pas prêt à s'engager immédiatement dans la charte.

Le schéma proposé consiste donc à **mettre le Verdon « sur le chemin du durable »** et l'architecture du programme d'action est à appréhender avant tout comme une méthode susceptible de **remettre l'action touristique du Parc « en ordre de marche » sur les territoires et avec ses partenaires.**

Dans cette approche, l'ambition du schéma consiste à faire savoir, en interne comme en externe, ce que le Parc se propose de faire dans les 5 prochaines années sur le champ du tourisme, en prenant soin de préciser :

- POURQUOI il le fait ?
- COMMENT il va s'y prendre?
- AVEC QUI il envisage de mener ses actions?

Pour construire de façon pédagogique ce premier programme d'action avec l'équipe du Parc, un travail de mise à plat de l'ensemble des actions réalisées et en cours dans le champ du tourisme a été réalisé<sup>2</sup>.

Ce travail a, dans un premier temps, permis de préciser action par action, et en fonction des axes auxquels elles se rattachent, la nature et les objectifs prioritaires des actions et de bien distinguer ce qui est de l'ordre des missions du Parc au quotidien et dans la durée et ce qui est de l'ordre des actions spécifiques.

Dans un deuxième temps, les actions retenues comme prioritaires dans le cadre de la mise en œuvre du schéma ont été définies avec un souci de réalisme par rapport aux moyens humains et financiers disponibles dans les 10 prochaines années.

Cette étape était indispensable pour l'équipe afin de s'approprier une méthode de travail qui consistera à ajuster en permanence, et avec ses partenaires, les actions à conduire en fonction du schéma cadre, politiquement validé par les instances de décision du Parc du Verdon.

Cette méthode d'approche de l'intervention touristique impose un **changement fondamental du « mode de faire »**. En effet, on ne justifiera plus l'action du Parc par des opportunités de procédures (aussi pertinentes soient-elles), mais on utilisera au mieux les procédures disponibles comme des moyens de faire ce que l'on a décidé et annoncé (au cas particulier, le schéma touristique du Parc du Verdon).

<sup>2</sup> Voir Tableau ANNEXE 5



Cette approche concrète de l'action touristique du Parc a des **incidences fortes en termes de management de l'équipe et de gestion des ressources humaines**. Ils'agit, en effet :

- de manager autrement, au plus près des territoires,
- de « décloisonner » l'action touristique, en dissolvant les procédures dans les axes à valider du schéma

De fait, le schéma et son plan d'action ne sont :

- ni des outils pour aller chercher des moyens financiers spécifiques, sauf à **justifier des fonds structuraux** pour mener l'action touristique,
- ni un catalogue d'actions référencées et chiffrées,
- ni un organigramme de travail ou un inventaire des missions.

# OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT

## ACTION 1

### Programme de sensibilisation des visiteurs

- Faire prendre conscience aux visiteurs de la richesse et de la fragilité des ressources patrimoniales
- Aller vers des comportements plus respectueux de l'environnement et une diminution des nuisances liées à la fréquentation touristique

## ACTION 2

### Formation et appui technique aux collectivités locales

- Aider les collectivités à assumer leur pouvoir réglementaire
- Aller vers une meilleure application de la réglementation et la diminution des conflits

## ACTION 3

### Équipement et accueil dans les zones sensibles

Réduire les impacts négatifs de la concentration des visiteurs sur les sites sensibles et améliorer les conditions d'accueil

Aller vers :

- une meilleure fluidité de la circulation
- une diminution des dégradations
- la satisfaction des clientèles

## ACTION 4

### Organisation des bonnes pratiques sur les sites sensibles

Organiser les bonnes pratiques des activités de pleine nature (essentiellement) sur les sites sensibles où cohabitent plusieurs activités sources de conflits ou d'impacts négatifs sur l'environnement

- Réduire les impacts sur l'environnement
- Éviter les conflits en agissant en amont sur les pratiques des professionnels
- Responsabiliser les professionnels

## ACTION 5

### Programmation d'événements exemplaires « Parc naturel régional »

Communiquer, sensibiliser public et population locale aux enjeux et défis prioritaires et faire valoir de l'exemplarité de l'action « Parc »

- Mobiliser le grand public
- Reconnaître le Parc dans ses missions complémentaires de protection/valorisation/innovation

## ACTION 6

### Mise en œuvre dossier « véhicules propres »

## **OBJECTIF 2 : PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DU TOURISME DURABLE**

### **ACTION 7**

#### **Débat / animation sur le tourisme durable dans le Parc du Verdon**

Cycles de conférences, débats, pour SENSIBILISER le plus grand nombre aux enjeux fondamentaux du tourisme durable

### **ACTION 8**

#### **Ateliers thématiques de travail sur le tourisme durable**

Travailler avec les acteurs (professionnels du tourisme) sensibilisés sur les chantiers du durable : économique et social (saisonniers, groupement d'employeurs...), environnement (gestion des fluides, HQE...)

### **ACTION 9**

#### **Accueil/installation de projets « mixtes »**

Attirer des projets d'installation « innovants » et diversifier la typologie des entreprises touristiques du Verdon. Favoriser l'implantation d'entreprises viables toute l'année

### **ACTION 10**

#### **Lettre d'information électronique**

Maintenir un lien permanent entre le Parc, les communes et les professionnels touristiques

### **ACTION 11**

#### **Charte européenne du tourisme durable**

Définition d'une méthodologie spécifique INTERPARCS de la Région Provence Alpes Côte d'Azur

## **OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »**

### **ACTION 12**

#### **Plan de valorisation patrimoniale des territoires**

Construire et animer la « mise en tourisme » des ressources patrimoniales avec les territoires

### **ACTION 13**

#### **Animation du réseau des lieux phares**

S'appuyer sur les lieux phares (musées, patrimoine emblématique, circuits, espaces de découverte...) pour faire évoluer l'offre du Verdon. Améliorer les contenus et les conditions d'accueil

### **ACTION 14**

#### **Mise en œuvre de la Marque parc**

Susciter l'engagement formel des professionnels partageant les valeurs Parc  
Valoriser les prestations correspondant aux cahiers des charges marque parc

### **ACTION 15**

#### **Construction de nouvelles offres collectives par filière**

Soutenir et renforcer les modes de séjours et pratiques de découverte compatibles avec les valeurs des Parcs naturels régionaux

### **ACTION 16**

#### **Calendrier des « Rendez-Vous découverte du Parc du Verdon »**

Développer un programme d'activités de découverte à l'année et construire une nouvelle image « découverte touristique » en illustration des thèmes choisis dans le schéma de valorisation des ressources sur chaque territoire.

### **ACTION 17**

#### **Montage de produits touristiques « espaces remarquables »**

Mettre en scène des prestations labellisés à travers un catalogue de produits éco-touristiques destinés à étoffer « l'offre touristique d'appel » de tous les Parcs de la Région Provence Alpes Côte d'Azur

## ANNEXES

- **Annexe 1: liste des membres des Comités de suivi et de pilotage**
- **Annexe 2: liste des personnes consultées et interviewées**
- **Annexe 3: comptes-rendus des réunions des acteurs professionnels**
- **Annexe 4: résultats du questionnaire habitants**
- **Annexe 5: tableau synthèse diagnostic/ enjeux/ axes stratégiques**
- **Annexe 6: document de travail interne pour la construction du plan d'action**
- **Annexe 7: comptes-rendus du comité de pilotage**
- **Annexe 8: 17 fiches actions à enrichir avec les partenaires**
- **Annexe 9 : réorganisation de la commission tourisme du Parc suite à l'adoption du schéma**

# Annexe 1

## **Membres du comité de suivi: les élus et les partenaires membres de la commission tourisme du Parc**

M. Bernard CLAP, Maire de Trigance, Président de la commission tourisme du PNR Verdon  
 Mme Michèle BIZOT-GASTALDI, Maire de la Palud sur Verdon,  
 M. Christian DEVACHON, Conseiller municipal de Baudinard sur Verdon,  
 M. Bernard ESTIENNE, Conseiller municipal de La Verdière,  
 Mme Annick ANOT, Conseillère municipale des Salles sur Verdon  
 M. Robert CARBONNEL, Conseiller municipal des Salles sur Verdon,  
 M. Narcisse BONNET, Conseiller municipal de St Julien le Montagnier,  
 M. Bernard CHOUIAL, Conseiller municipal de Ste Croix du Verdon,  
 M. Alain MARCOTTE, Conseiller municipal de Quinson,  
 M. Michel OPPOSITE, Conseiller municipal de Régusse,  
 M. Stéphane LAVAL, Conseiller municipal de Trigance,  
 Mlle Lisa FORTINI, Conseillère municipale,  
 Mme Michèle CHAPON, Conseillère municipale d'Allemagne en Provence,  
 M. Alain PHILIP, Conseil des Associations  
 M. Mathieu LEBORGNE, Conseil des Associations  
 M. Jean GONELLA, Conseil des Associations  
 Mme Laurence FOUCAUT, Présidente de l'Association des Amis du PNR Verdon  
 M. le Président du Comité Départemental du Tourisme des Alpes de Haute Provence  
 M. le Président du Comité Départemental du Tourisme du Var  
 M. le Président de la Chambre de Commerce de d'Industrie des Alpes de haute Provence  
 M. le Président de la Chambre de Commerce de d'Industrie du Var

## **Membres du Comité de pilotage: les membres du comité de suivi et les partenaires suivants:**

Les membres du Bureau et du Comité Syndical du Parc  
 M. le Préfet des Alpes de Haute Provence et les services concernés (DDE...)  
 M. le Préfet du Var et les services concernés (DDE...)  
 Mme la Directrice de la DIREN  
 M. le Délégué Régional au Tourisme  
 M. le Président du Conseil Régional Provence Alpes Côte d'Azur et les services concernés  
 (Tourisme, Environnement)  
 M. le Président du Conseil Général des Alpes de Haute Provence et les services concernés  
 (Tourisme, environnement et Aménagement)  
 M. le Président du Conseil Général du Var et les services concernés (Tourisme,  
 Environnement et Aménagement)  
 M. le Président de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France  
 M. le Président du Comité Régional du Tourisme PACA  
 M. le Président de l'ARPE  
 M. le Président de la Chambre d'Agriculture des Alpes de Haute Provence  
 M. le Président de la Chambre d'Agriculture du Var  
 M. le Président de la Chambre des Métiers des Alpes de Haute Provence  
 M. le Président de la Chambre des Métiers du Var  
 M. le Président de l'UDOTSI du Var  
 M. le Président de l'UDOTSI des Alpes de Haute Provence

## Annexe 2

### Listes des personnes interviewées en Mai 2003

- **Jean-Pierre MARTINETTI**, Conseil Général des Alpes de Haute Provence, directeur du Comité Départemental du Tourisme 04 (+Fabienne LEMAIRE et Muriel VIAL)
- **Jean-Marc CRÉTIN**, Service Tourisme du Conseil Général 83
- **Vincent BRUNEAU**, Comité Départemental du Tourisme 83
- **Claude BOUILLOU** Directrice de la culture, Conseil Général 04
- **Christian CARMARAN** Directeur environnement, Conseil Général 04
- **F. BENIAMINO**, Service Environnement du Conseil Général du Var
- **Anne BARIELLE**, Chambre de Commerce et d'Industrie 04
- **Christian DRABIN**, Chambre de Commerce et d'Industrie 83
- **Georges PONS**, Maire de BAUDINARD
- **Vincent LA ROCCA** Maire de Gréoux
- **Monsieur PRATO** Adjoint au Maire de Saint André des Alpes, Président de la Communauté de Communes du Moyen Verdon
- **Bernard CLAP**, Maire de Trigance et Président de la Commission Tourisme du PNRV
- **Gérard ZAGAR et Laurent DUFOUR**, Office de Tourisme de Gréoux
- **Madame ZISMAN**, Présidente de l'Office de Tourisme d'AUPS
- **Catherine LEROY**, association Petracastellana,
- **Mathieu LEBORGNE** Sociologue, Conseil des Associations Verdon
- **Monsieur FERRATO** : association de défense du Verdon

## Annexe 3

### Comptes rendus Réunions professionnels du tourisme Juin 2003

#### 1 - AIGUINES 3 Juin : 3 professionnels

• Verdon et PNR : Une belle région à laquelle on croit encore. **Beaucoup de réunions et peu de travail sérieux !**

Pas nombreux ... on est habitués à ne pas être écoutés du Parc. Pendant 4/5 ans, on ne savait pas « où allait la machine ». Un fonctionnariat « assis » sur le territoire qui attend que ça se passe ! Avec, à la clef, beaucoup trop de « choses pas pro du tout » (ex : passerelle de l'Estellié).

• Préoccupations actuelles ?

1. **Les acteurs qui viennent 2,5 mois par an**, pour ceux qui vivent ici toute l'année. On a rien de commun, ils ne sont jamais dans les réunions, ilsaturent l'activité touristique sur quelques sites (ex . couloir Sanson). Comment réguler l'affluence autour des activités de pleine nature. L'accès est libre : on vient, on consomme, accessoirement on pollue et on s'en va. Il faut sensibiliser tout le monde à la planification. (Ex. de certains TO étrangers qui programment la grimpe à partir d'un camping municipal et occupent tous les sites d'escalade à 50 personnes tout l'été. Les locaux ont aussi besoin de travailler ; ils devraient être prioritaires. Il faut organiser les gens du pays. Comment faire pour que les contraintes qu'on va mettre soient concrètement « applicables » ?
2. **Les incivilités urbaines de tous poils** Pollution majeure ? Pas de solutions « toilettes » (ex. dans le Martel). Il nous faut un Verdon propre. Il faut faire respecter des règles et on n'a pas de gendarmes. On subit bien la présence de l'armée à Canjuers mais on ne profite pas de la présence des militaires pour assurer du service utile au PNR. On a plus envie d'avoir des éco-gardes, mais « des vrais », pas des « 35 heures » qui finissent leur boulot à 18 h ! On a pas les moyens de contrôler tous les pollueurs, mais le PNR a pour mission de protéger les gorges. Il est « dépositaire » des richesses du territoire Verdon.
3. **La sur fréquentation ?** Depuis 3 ans seulement entre le 10 Juillet et le 20 Août et son corollaire clientèles : celles de la saison, qui « se foutent des sites » et celles du hors saison qui les respectent. On a aucune influence sur les premiers qui viennent « pour bouffer de l'activité nature », encouragés par des acteurs qui viennent « faire un maximum de fric » durant une très courte période.
4. **Le bivouac** est toléré, mais on a sans cesse 200 à 300 personnes qui dorment dans la nature (sans compter les campings cars) et y allument des feux. Il faut faire respecter la réglementation

Solution = décloisonner dans l'espace et dans le temps ? On y arrive de moins en moins. Pub, info ou rien, les clients travaillent en gros tous jusqu'en Juillet. Ensuite, c'est le « grand rush » et on hérite des surplus de la Côte. Il va falloir réglementer sérieusement, incontournable. Idée : avant d'accéder aux sites, il pourrait y avoir un « accueil obligatoire ».

5. **L'inertie du Parc et le gaspillage**: Il n'est plus tout neuf, il faut qu'il se mette à bouger « concret » ! Moins d'études sur les pierres et les ancrages de passerelles, moins de contraintes pour nous (réglementation) mais faire son boulot de réglementation auprès du public. La sortie du couloir Sanson avec des marches en béton, même pas habillées, c'est une honte et ça coûte la peau des fesses ! Avec un tel gaspillage, on pourrait embaucher des éco-gardes. Le PNR a



passé 5 ans à empiler des études techniques sur ce qu'il faudrait faire. Pourquoi maintenant il ne le fait pas ?

- **Attentes des acteurs concernant le PNR : La maîtrise des flux et plus de sérieux**

Sensibiliser et réglementer. Faire respecter le patrimoine qui justifie de l'appellation « parc ». Une action concrète et durable. Les agents du parc ne doivent pas faire que passer et disparaître à la fin d'un contrat. Les projets et les idées évoquées dans les réunions doivent être mises en place concrètement.

Sur les activités libres, on a perdu l'éthique et on va être débordés par les TO, sauf si on s'organise au niveau des acteurs locaux. Si le PNR devient sérieux, on sera tous partenaires. Les acteurs « saisonniers, c'est autre chose !

- **Le tourisme dans le Verdon à échéance de 15 ans ?** Si on ne fait rien, on va devenir le « bronze cul de l'arrière pays méditerranéen ». Pour l'éviter, il faut mettre de l'ordre = protéger, décider clairement pour être écouté de tous. Mais les élus locaux ne s'entendent pas entre eux.

(Ex. contre versé du marathon du Verdon, de la moto verte, vécue par tous comme une erreur à ne plus commettre, du Quad qui s'implante sans réaction des élus locaux, ...).

Il y a une législation et le PNR doit la faire respecter. Le Verdon doit ouvrir des sites accessibles et praticables à pied sinon il est foutu. Le Verdon, ça se gagne ! Par ailleurs, il faut structurer les « points d'accueil » et y faire pratiquer une information cohérente (PNR, ONF, gendarmes, acteurs, AMM, ...);

Le PNRV c'est la liberté dans le respect d'autrui ! Il faut un vrai dialogue à l'écoute du terrain, avec une administration de terrain. Le Parc est un partenaire de gestion du patrimoine Verdon. A nous tous de l'aider à mieux fonctionner.

- **Verdon Accueil :** Il a fédéré ceux qui pouvaient accueillir les TO. Un travail « sélectif », à la varoise ! Les petites structures n'ont pas pu suivre. On peut tous être tentés de faire plus. Attention à ne pas faire trop, c-à-d se laisser déborder. Le durable ? Travailler avec les clients (français !) qui aiment nos valeurs : ce qui reste de patrimoine et de culture et beaucoup d'échanges. La disparition de VA explique la désaffection de la rencontre des clients avec ceux qui les accueillent.

## 2 - RÉGUSSE 4 Juin : 6 professionnels

- **Verdon et PNR : Quand on y vient on devient amoureux des lieux !** Un paradis de nature spécialement pour les visites à pied ou en vélo (sans moyens motorisés !).

Premier hic : les itinéraires sont assez mal balisés, dans le Var principalement. Un bon boulot de l'ADRI en 04. Pour le vélo, il serait bon de prévoir des pistes sur les routes très fréquentées et dangereuses, ainsi que des circuits sur les petits axes.

L'absence de relais randonneurs et transports (taxis, navettes, locations de voitures, ...). Ce qui cloche le plus c'est le non-règlement des problèmes par le PNR et ses partenaires communaux.

- **Préoccupations du tourisme dans le Verdon : Verdon, le parc de tous les excès**

1. **Un problème de saisonnalité l'été :** la clientèle « grand public » débarque sur les sites sensibles. Elle ne vient pas pour le PNR et la qualité de ses grands espaces, comme les visiteurs de hors saison plus respectueux des sites.

2. **La question des « situations extrêmes » dans le PNR :**

- une nature de qualité et des décharges pas closes,

- un projet « quad » à Riez
- l'armée qui s'entraîne et les Mirages qui survolent sans régulation, au mépris des activités touristiques du parc,
- EDF et la ligne THT, ...

Quand commence le tourisme dans le Verdon, espace de nature, de respect des valeurs et de calme ?

3. **La sur-fréquentation en Juillet/Août** : A Sainte Croix, à Moustiers et dans les gorges, c'est trop ! Il y a trop de monde pour une si courte période, même si cela reste encore très humain par rapport au littoral.
4. **L'effet « désert » des commerces et des services hors saison** : vu d'un hôtel de charme ou d'une chambre d'hôtes, on accueille de Mars à l'automne. On pourrait facilement déborder de ces délais mais tout est fermé souvent à partir de mi Septembre. En fait, il y a 2 types d'acteurs :
  - ceux qui sont présents toute l'année et « vivent » dans le Verdon,
  - ceux qui « y passent » pour faire un maximum de fric dans le minimum de temps.

## 5. Un territoire libre de toute contrainte et dispensé d'organisation collective

Un pays « ni écolo ni touristique » où chacun fait ce qu'il veut comme il le veut : les élus, les chasseurs, les militaires, les commerçants. Chacun travaille pour ses intérêts propres, dans sa propre commune qui n'est pas celle des autres ! Un espace « bien commun » et patrimoine pour l'avenir et l'absence d'une réelle concertation « aux sus et aux vues du PNR lui-même. Quand on est étranger, habitué de la culture « parc naturel », on se demande comment cela est possible (les plus optimistes répondent « c'est la France, ... le meilleur côtoie souvent le pire).

• **Verdon Accueil** : Quand le PNR s'est installé, il y a eu conflits entre CDT, VA et PNR au sujet de la promotion. Outil « de proximité » destiné à gérer les disponibilités, VA s'est organisé et a bien fonctionné 3 ans. L'outil a eu des problèmes financiers par désaffectation des acteurs : donner 15% à VA alors que France Hôtels Résa ne prend que 8% de commission, ça ne marche pas.

Aujourd'hui, les choses avancent très vite avec Internet (sur Hôtels au naturel et pour les chambres d'hôtes qualité, 25 à 30% des clients passent sur le Net).

### • Attentes des acteurs par rapport au PNRV :

1. Le CDT développe un Schéma touristique cohérent. Il faut faire la même chose au parc. On attend de ce schéma qu'il développe une stratégie de maintien et de développement de l'accueil « nature et environnement » en préservant les sites qui sont notre seul capital.
2. La réglementation n'est pas respectée. Les communes n'en ont pas les moyens et quelquefois la volonté n'est pas lisible : il y a le Parc et puis la commune ; chacun décide sur son territoire de décisions ! On pense au contraire que c'est au parc de gérer ça. On a besoin d'un gendarme écologique pour maintenir la qualité de l'environnement.
3. Le PNR doit aussi **favoriser les relations de coordination entre les acteurs économiques et les populations** qui, en matière de tourisme, sont opposées à tout. Souvent, on est d'accord avec le parc, mais ce sont les communes qui ne le sont pas. La communication entre les acteurs au sein du parc c'est l'affaire du PNR.
4. Il faut **faire appel à des commerçants prêts à s'installer toute l'année** et pas 3 mois l'été. Ce n'est pas l'affaire du parc tout seul ; il doit aider les communes à s'occuper correctement de l'avenir de sa commune. Dans certains cas, c'est l'Office de Tourisme qui sera l'interlocuteur local, pour accompagner les projets et les porteurs, mais il faut que chacun des partenaires ait confiance aux autres.

5. **Les CDT s'occupent du tourisme des départements.** Le PNR doit se coordonner avec eux en exprimant la spécificité du territoire Verdon et en s'assurant des appuis locaux. Que le PNR participe de l'application de sa charte (gérer les flux et l'accueil toute l'année) et qu'il motive les OT/SI pour des ouvertures homogènes.

• **Aspirations des acteurs pour l'avenir « durable » : On est pas assez Verdon**

On aurait besoin de jouer sur l'identité Verdon avec un « label spécifique PNRV ». Construire, activer et promouvoir une « offre parc », c'est le rôle du parc et de ses partenaires.

On pourrait anticiper sur une offre à développer en priorité en travaillant plus avec les professionnels de l'accompagnement pédagogique, identifiés et reconnus. Sur ce point, il semble que cela « bouge » plus en 04. Il faut absolument développer la diversité des offres et sortir du rafting et des sports extrêmes. Valoriser l'image des Pays du Verdon, toute l'année et jouer le patrimoine.

Si on est convaincus de la richesse des ressources du Verdon, on doit favoriser la qualité. Sinon, le défolement actuel va nous conduire à la catastrophe. Il ne faut pas lâcher sur ce point. Nos clients les plus fidèles nous le demandent.

C'est le devoir de PNR d'organiser des séances de réflexion et de travail avec les acteurs et les communes. Le PNRV doit jouer son « autorité morale » ; c'est un « gong » qui doit permettre à tous ceux qui le souhaitent encore de rebondir sur nos valeurs et de communiquer pour transmettre ces messages sur les territoires Verdon.

L'avenir, c'est le risque d'être confronté à la saturation encore plus excessive d'un littoral devenu insupportable. Il nous faut nous garantir de « l'effet trop plein », nous protéger des gens qui viendraient au tourisme vert par défaut de qualité d'accueil de la Côte.

La qualité Verdon, c'est un combat solidaire à l'échelle de tous. Il faut se donner des règles communes, un cadre « éducatif » dans lequel les gens se retrouvent bien. Quand on connaît ses clients, on cible mieux ! (On ne veut pas tomber sur ceux qui veulent une place à tout prix en saison).

On ne régleront pas tout, mais si on continue comme cela sans rien faire, dans 10 ans il n'y aura plus grand chose de sérieux dans le Verdon. Il faut placer la barre plus haut, prévoir un label Verdon fort ... et faire confiance aux clients.

### 3 - Castellane 2 juin : 8 professionnels

#### Le PNR

Cela fait seulement un an que la Parc s'adresse aux professionnels et leur demande leur avis.

Le PNR, c'est loin, Moustiers c'est une tour d'ivoire

Date de réunion le 2 juin : l'objectif était-il de n'avoir personne ?

(Plus tard dans la discussion exemple d'ateliers techniques en février avec 2 à 3 personnes)

Le relais entre les élus/communes et le terrain ne se fait pas par rapport au Parc.

**Le Pays des 3 V** : les participants se sont beaucoup investis dans la constitution du Pays, ils ont le sentiment que tout a été dit et nous renvoie à l'étude qui est le reflet de leurs attentes et de leur réflexion.

#### Réaction au terme « DURABLE » :

- Suppression de Verdon accueil
- Suppression du SIVU des rives du Verdon

Depuis 20 ans, on parle de sédentariser les activités et les outils d'accompagnement disparaissent, comment oser parler de durable ?

Le territoire est trop grand, on redoute l'élargissement du PARC à de nouvelles communes : comment animer un territoire de 65 communes alors que la gestion est déjà difficile à 45 ?

**Verdon accueil** : les salariées étaient là depuis longtemps, elles connaissaient tout le monde, alors qu'au Parc les chargés de mission changent très souvent et n'ont pas le temps de bien connaître le terrain et les acteurs.

Le Var a toujours beaucoup suivi, aujourd'hui il « récupère ses billes » (et l'image du Verdon), c'est normal. Le CDT des Alpes de Haute Provence était le grand absent.

C'est un recul de 15 ans. Question comment cette disparition a-t-elle été possible ? En dehors de tous les problèmes structurels et conflictuels avec le PNR, on reconnaît une démobilitation des professionnels depuis quelques années.

#### Explication des tensions/PNR :

- D'un côté les professionnels qui mettent en avant les activités phares qui attirent des groupes et font du remplissage
- De l'autre la vision PNR qui souhaite impulser un tourisme de découverte

Sur les actions de promotion conduites par le Parc : ce n'est pas à eux de faire de la promo.

Sur ce point, c'est le retour à la guerre entre les 2 départements alors qu'autour de Verdon Accueil, un bon partenariat s'était établi.

**Eau vive** : déficit d'image et manque de reconnaissance de ce que ces activités apportent.

Les professionnels de ce secteur ont conscience de la fragilité du milieu et des impacts à maîtriser. Demande de formation (en cours) sur cette approche du milieu à aborder en plus de l'activité sportive.

A noter : dans le Verdon la pratique est « tranquille » pour les sensations fortes ce n'est pas dans le Verdon qu'il faut aller. Souvent tromperie sur la promesse. Sur ce point voir charte de Verdon accueil avec déontologie de la communication par activité.

Pour J.L. HERRY, le **SAGE** est le modèle de gestion et la panacée à tous les problèmes du Verdon.

Sur la qualité de l'eau, sur les conditions de lâcher d'eau, EDF va être tenu d'agir. Exemple lâcher d'eau tous les jours : moins de concentration de bateaux sur 2 jours. Il faut également réglementer quelles embarcations sont autorisées.

**Les attentes vis-à-vis du Parc**

- Le parc doit fédérer, être un catalyseur.
- Se concentrer sur les priorités, arrêter de se disperser....
- Arrêter la superposition des actions : trop de chantiers en cours

**1° Environnement (c'est la première des missions)**

Déchets/tri sélectif : comment justifier qu'il ne soit pas encore en place dans un espace protégé ?

Eco-gardes : renforcer leur nombre et leurs compétences, une présence, une action pédagogique mais aussi le contrôle des abus et des pratiques extrémistes qui nuisent à l'ensemble.

Exemplarité du Parc :

Véhicules écologiques

Pratiques différentes des activités de pleine nature

Imposer la marque Parc pour faire la différence entre les pratiques respectueuses et les autres.

(Pour l'eau vive : problème de grosses entreprises qui débarquent pour l'été avec de très gros moyens marketing et qui écrasent les autres. Eux n'ont pas besoin du Parc).

**2° Communication**

**Interne** : animation des professionnels

Valoriser les compétences du territoire plutôt que de toujours faire appel à des techniciens (ou consultants !) extérieurs.

**Externe** : blocage par rapport à Verdon accueil (les professionnels ne suivront pas le Parc dans la reprise des éditions Verdon)

Démarche à conduire progressivement.

**3° Mise en œuvre de la marque parc et des outils spécifiques de découverte (sentiers à thèmes, expositions, éditions)**

**4° Formation (forte demande sur la valeur ajoutée parc, le contenu....)**

Diversifier les clientèles et les activités disponibles hors saison (on manque de proposition).

Penser aux familles, penser tourisme pour tous (classe, groupes, séminaires)

**4 - Gréoux-les-Bains 3 juin : 5 professionnels**

Réaction principale et unanime des 5 participants : « on est venu parce qu'on aimerait bien enfin **savoir ce que veut le Parc en matière de développement touristique** ».

**Fort sentiment d'appartenance au Pays de Haute-Provence** : beaucoup plus d'échanges avec Manosque et Forcalquier qu'avec Moustiers et Castellane.

Sentiment d'être considérés comme des nantis par le reste du territoire Verdon.

Centre de vol à voile ouvert depuis 1982. Capacité 100 lits camping + chalets :

Ouverture 15 mars à 15 octobre avec forte fréquentation mars avril (premières sorties conditions météo favorables)

Clientèles essentiellement étrangères : allemands, suisses, italiens.

Chambres d'hôtes : le Parc n'est pas du tout connu. « Je ne sais pas comment en parler à mes clients alors que c'est un sujet qui les intéresse ». Que dire du PNR VERDON à nos clientèles ? Quels documents leurs donner ? Pas de présentation général sur ce qu'est le Parc du Verdon pour les visiteurs.

**Le Parc a raté la concertation locale. Ce devrait être un outil fédérateur.**

Pour Gréoux, le lien est évident, Gréoux est un réservoir de clientèles captives et ouvertes à un tourisme d'espaces protégés.

Présentation de la politique de station de l'OT de Gréoux.

Quelle a été l'efficacité du Parc jusqu'à maintenant : dans son nid d'aigle, s'occupe-t-il des oiseaux et des loups ?

On attendait du Parc :

- Une signalétique cohérente et moins de pollution visuelle
- Des petits aménagements,
- Des panneaux pédagogiques
- Des maisons du Parc ou point d'info Parc (OT de Gréoux est toujours partant)

On a besoin que le Parc ait une existence physique, qu'il soit présent sur le territoire.

DES ACTIONS exemplaires en terme de tourisme durable :

Pas besoin d'inventer la lune : exemple groupe Accor sensibilise les clientèles sur l'eau et les déchets. M. RODOLFI : « si je demande aux clients de faire attention à l'eau, ils penseront que je veux réduire mes charges, si c'est un message du PNR Verdon, ils seront heureux d'avoir une pratique éco-citoyenne ».

A Gréoux, la politique de diversification est active depuis longtemps, déremboursement sécu, pousse en avant. Encore exemple RODOLFI avec des semaines Bridge, il remplit d'avril à Octobre (Taux d'occupation 82%). Des projets autour de la ressource eau thermale avec alimentation/chauffage de la piscine municipale.

**Des idées de valorisation :**

- La forêt (propriété forestière de château Laval, gérée par le CRPF qui serait partant pour une gestion forêt méditerranéenne et une ouverture pédagogique
- La filière romaine : c'est un lien très important entre Gréoux et le reste du Verdon. Chantier de jeunes sur les fouilles de la piscine romaine ?
- La géologie (depuis Gréoux c'est la faille des gorges qu'on voit)
- L'eau
- Lumière et couleurs

On attend du Parc qu'il se concentre sur l'essentiel, pas sur 46 chantiers (un par communes). C'est le sentiment qu'on a : le Parc est partout et nulle part, touche à tout et on est au final incapable d'expliquer en quoi consiste un Parc dans le Verdon.

# Annexe 4

## QUEL TOURISME POUR LE VERDON ? Résultats de l'enquête menée du au

Cette enquête a été réalisée auprès de 245 personnes réparties géographiquement comme suit :

Valensole	Pré-Alpes	Lacs	Haut Verdon	Artuby
30,6 %	17,4 %	24,1 %	21,2 %	4,5 %

Cette population est constituée de 43 % d'actifs (tous secteurs équitablement représentés) et 19 % de retraités. 86 % d'entre eux résident dans le Verdon à l'année, 9 % y possèdent une résidence secondaire.

L'âge de cette population se répartit comme suit :

Age	< à 25 ans	De 25 à 40 ans	De 40 à 60 ans	> -à 60 ans
	7 %	29 %	39 %	22 %

**Question 1 :** Quand vous parlez du Verdon, quelles sont vos plus grandes fiertés ?

	Cumul des réponses	Citée en 1
1. Les paysages remarquables*	60 %	<b>26 %</b>
2. La qualité de vie	59 %	15 %
3. L'environnement préservé	58 %	<b>18 %</b>
4. Les villages**	33 %	3 %
5. L'authenticité	19 %	2 %
6. le patrimoine bâti	14 %	1 %
7. la préhistoire, l'histoire	14 %	-
8. Les traditions	13 %	2 %
9. les productions agricoles	11 %	0,5 %

\* paysages les plus souvent cités par ordre d'importance : les gorges, les lacs  
\*\* villages les plus souvent cités par ordre d'importance : Moustiers-Sainte-Marie, Sainte-Croix

**Question 2 :** Recommandez-vous souvent votre région à des amis ou à de la famille pour leurs vacances ?

1. Systématiquement	62 %
2. Parfois	27 %
3. Rarement	6 %
4. Jamais	2 %

**Question 3 :** D'après vous, pour quelles raisons les touristes viennent-ils dans le Verdon ?

	Cumul des réponses	Citée en 1
1. Paysages et espaces naturels	81 %	<b>36 %</b>
2. Repos, soleil et baignade	69 %	<b>25 %</b>
3. Sports de plein air	59 %	5 %
4. Découverte des traditions, produits locaux, artisanat	28 %	2 %
5. Découverte de la faune et de la flore	17 %	1 %
6. Bon rapport qualité/prix	9 %	0,4 %
7. Gastronomie	9 %	0,8 %
8. Visites culturelles, musées	8 %	0,8 %

**Question 4 :** Quelle appréciation portez-vous sur la qualité des prestations touristiques dans le Verdon ?

	Très bonne	Assez bonne	Cumul
1. Activités sportives	22 %	41 %	<b>63 %</b>
2. Restaurants	8 %	49 %	<b>58 %</b>
3. Visites et manifestations	9 %	43 %	<b>52 %</b>
4. Hébergements	9 %	43 %	<b>52 %</b>

	Plutôt médiocre	Mauvaise	Cumul
1. Visites et manifestations	25 %	10 %	<b>35 %</b>
2. Restaurants	25 %	6 %	<b>31 %</b>
3. Activités sportives	17 %	5 %	<b>22 %</b>
4. Hébergements	21 %	4 %	<b>25 %</b>

**Question 5 :** Selon vous, quels sont les principaux bénéfices de l'activité touristique pour le Verdon ?

	Cumul des réponses	Citée en 1
<b>1. Création d'emploi</b>	53 %	<b>24 %</b>
2. Développement d'activités annexes (artisanat, bâtiment, commerces)	34 %	8 %
3. Valorisation des productions locales	33 %	6,5 %
4. Protection de l'environnement	29 %	<b>9 %</b>
5. Ouverture sur l'extérieur et échange avec les populations touristiques	24 %	5 %
6. Maintien des services aux personnes	23 %	4,5 %
7. Animations et manifestations	21 %	2 %
8. Création de richesses	20 %	4,5 %
9. Aménagement de l'espace (parking, voirie, fleurissement)	18 %	2,5 %
10. Aucun bénéfice	8 %	5 %



**Question 6** : Selon vous, quelles sont les principales nuisances et difficultés engendrées par la fréquentation touristique ?

#### Nuisances

	Cumul des réponses	Citée en 1
1. La détérioration de l'environnement	60 %	<b>20 %</b>
2. La circulation routière	58 %	<b>24 %</b>
3. L'augmentation des prix dans les commerces et restaurants	39 %	10 %
4. Le stationnement dans les villages	39 %	6 %
5. Les ordures ménagères	31 %	5 %
6. La pollution de l'eau	25 %	3 %
7. Le stationnement dans les zones naturelles	21 %	5 %
8. Autre	4 %	1 %

#### Difficultés

	Cumul des réponses	Citée en 1
1. Le déséquilibre de la vie locale entre saison et hors saison	65 %	<b>28 %</b>
2. L'augmentation des prix du foncier et la difficulté d'accéder à la propriété pour les habitants du Verdon	65 %	<b>22 %</b>
3. Difficulté à installer d'autres activités économiques que le tourisme ou le commerce (agriculture, artisanat...)	37 %	6 %
4. Déséquilibre entre résidents secondaires et résidents permanents	35 %	4 %
5. La détérioration de la qualité de vie des habitants du Verdon	29 %	8 %
6. La détérioration des relations humaines dans les villages	23 %	5 %
7. Difficulté d'intégration des travailleurs saisonniers	13 %	1 %

**Question 7 :** D'après vous, qu'est-ce que le label « Parc Naturel Régional » apporte au tourisme dans le Verdon ?

1. Il apporte une valeur supplémentaire : image, notoriété d'un espace naturel protégé	66 %
2. Il ne change rien	16 %
3. Ne sait pas	7 %
4. Il constitue un frein au développement touristique	5 %

**Question 8 :** Quelle évolution de l'activité touristique souhaitez-vous pour le Verdon ?

Cumul des réponses Citée en 1

1. Une meilleure répartition de la fréquentation durant l'année	47 %	<b>13 %</b>
2. Une réglementation plus sévère	41 %	<b>12 %</b>
3. Un développement de l'activité (entreprises et emplois)	30 %	8 %
4. Une meilleure répartition sur tous les territoires du Verdon	29 %	7 %
5. Une amélioration de la qualité des prestations touristiques	29 %	<b>10 %</b>
6. Moins de concentration et de circulation dans les zones très fréquentées (lacs, gorges...)	28 %	5 %
7. Un meilleur équilibre entre le tourisme et les autres activités	26 %	7 %
8. Plus d'échanges et de partage entre les habitants et les touristes	18 %	2 %
9. Plus de consommation sur place, de retombées économiques	18 %	4 %
10. Plus de fréquentation	6 %	3 %

#### Des appréciations qui reviennent dans les commentaires :

- Beaucoup de gens ne savent pas qu'ils sont dans un Parc
- La qualité de vie en prend un sacré coup
- Le parc garantit l'éthique et la qualité du territoire mais il faut qu'il s'impose
- Ne pas devenir une « côte d'Azur bis »
- La ligne Haute Tension EDF
- Les avions militaires

## ANNEXE 5

## Rappel diagnostic

Consommation touristique sur le PNR Verdon	Organisation et animation de l'activité touristique Verdon	Offre touristique du PNR Verdon
<p><b>Absence de lisibilité de l'espace protégé</b></p> <p>1. Une concentration de la fréquentation sur des espaces restreints et sur une saison d'été très courte</p> <p>2. Des impacts négatifs de la fréquentation touristique sur des sites sensibles : saturation, pollution, dégradations, ...</p> <p>3. Des nuisances lisibles au niveau de la vie locale et de la qualité de vie des habitants</p>	<p><b>Perte de crédibilité de l'action du Parc</b></p> <p>1. Un « espace parc » complètement « atypique » : le tourisme constitue l'activité économique dominante du territoire, le tourisme est un enjeu de développement, à approcher globalement, le développement économique n'est pas le cœur de l'action du Parc</p> <p>2. Absence de schéma d'organisation touristique des partenaires sur l'espace Verdon et pas de positionnement clair du PNR sur ses divers rôles dans le champ du tourisme</p> <p>3. La perte de crédibilité vient plus du mode d'action du Parc que de la nature des actions qu'il engage</p>	<p><b>Absence d'image PNR et perte d'attractivité</b></p> <p>1. Une diversité de territoires mais une valorisation disparate des ressources dans laquelle la plus value Parc n'apparaît pas</p> <p>2. Une offre construite à partir de la demande initiale du tourisme « de masse » et une consommation EAU /SOLEIL /GORGES</p> <p>3. Une perte d'attractivité et une diminution significative des séjours : les clientèles des espaces naturels sont en attente de découverte, de sens et de rencontres</p>

## Rappel des objectifs et des enjeux du Schéma touristique du PNR Verdon

<p>Garantir l'intégrité du territoire pour les générations futures</p> <p>Respecter les enjeux environnementaux</p>	<p>Assurer au territoire et à ses habitants un développement économique, social et culturel viable</p> <p>Mettre en œuvre le tourisme durable</p>	<p>Marquer fortement l'offre « Verdon espaces protégés »</p> <p>Sortir du positionnement unique « Gorges et Lacs »</p> <p>Répondre aux attentes de qualité des nouvelles clientèles européennes</p>
<p>Capacité à maintenir le label PNR</p> <p>Assurer le respect des ressources et des équilibres sociaux</p>	<p>Capacité à jouer son rôle de partenaire incontournable</p> <p>Faire entendre et faire comprendre les valeurs du durable</p> <p>Le Parc est « défricheur, déclencheur, animateur et/ou pilote »</p>	<p>Capacité à apporter une « plus value PNR »</p> <p>Redonner du sens au tourisme dans le Parc</p>

## Grands axes de la stratégie touristique du PNR du Verdon

<p style="text-align: center;"><b>PROTECTION</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1. Préserver les ressources naturelles et patrimoniales du PNR Verdon</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ANIMATION</b></p> <p style="text-align: center;"><b>2. Animer l'activité touristique sur le territoire du PNR Verdon</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>DÉVELOPPEMENT</b></p> <p style="text-align: center;"><b>3. Construire une offre touristique de découverte du PNR Verdon</b></p>
<p>1.1 <b>Sensibiliser</b> tous les publics au respect de l'environnement</p> <p>1.2 <b>Maîtriser</b> la fréquentation et les flux dans les zones sensibles</p> <p>1.3 <b>Piloter des actions exemplaires et démonstratives</b> (par ex. proposer et mettre en place des <b>solutions alternatives</b> partout)</p>	<p>2.1 <b>Participer</b> à la mise en œuvre de l'<b>organisation de l'activité touristique sur l'espace Verdon</b> : base de données, qualification, information, diffusion de l'offre touristique</p> <p>1.3 <b>Animer</b> avec les autres partenaires du territoire Verdon, une <b>dynamique touristique</b> porteuse des « valeurs parc »</p> <p>1.4 <b>Initier et négocier</b> des <b>modes d'approches renouvelés</b> de l'action territoriale du PNR (par ex. <b>travailler avec les sous-territoires</b> porteurs de ressources diversifiées et singulières) dans la perspective de <b>mettre en œuvre un tourisme durable</b> dans le Verdon</p>	<p>3.1 <b>Qualifier et garantir des prestations</b> et des activités favorisant la découverte, la rencontre et l'interprétation des patrimoines. Identifier un portefeuille d'offres d'appel « qualité Verdon » (marque Parc, label charte européenne)</p> <p>3.2 <b>Structurer et animer le réseau des prestataires de l'offre parc</b> en lui assurant une représentativité dans les instances décisionnelles du tourisme du PNR (démocratie participative)</p> <p>3.3 <b>Piloter des actions exemplaires et démonstratives</b> : initier et gérer une action transversale porteuse d'avenir (par ex. sur le champ « hors circuit, hors saison »)</p>
<p>Opérateurs concernés : État, Départements, PNRV Conservatoire, Communes, associations environnement et usagers</p> <p>Rôle du PNR : Intervient comme expert, animateur Il pilote la réflexion et propose des solutions</p> <p>Si le PNR « porte » les dossiers environnement, les collectivités gèrent et réglementent</p>	<p>Opérateurs concernés : 2 CDT, Chambres Consulaires et OT /SI, PNRV, Pays et réseaux d'acteurs</p> <p>Rôle du PNR : Partenaire et animateur du développement touristique, aux côtés des autres partenaires territoriaux (cf. approche prospective)</p>	<p>Opérateurs concernés : PNR, réseau des acteurs et prestataires, OT/SI</p> <p>Rôle du PNR : Maître d'ouvrage et pilote de l'action</p>

## Annexe 6 : Document de travail interne pour la construction du plan d'action

### OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT

Sous axe	Actions réalisées	Actions en cours	Missions de base équipe tourisme	Nouvelles actions schéma
<b>1.1 Sensibiliser et éduquer le public et les populations à la préservation et à la protection</b>				
1.1.1 Structurer l'information PNRV sur la préservation et la protection des richesses	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Affiche du code de bonne conduite</li> <li>- plaquette des « conseils des écocarades »</li> <li>- édition d'un livre de présentation de la flore du Verdon</li> <li>- partie du book du Parc</li> </ul>	<i>ou ds 1.3.3 ?</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- affiches présentant des activités de découverte respectueuses de l'environnement et valorisant les milieux</li> <li>- mise en place du réseau de points info Parc à l'automne 2004</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- diffusion du message « code de bonne conduite » dans tous les doc grand public (ex : plaquette rando) et média</li> </ul>	<b>ACTION 1</b> <b>Programme de sensibilisation des visiteurs</b> Faire prendre conscience aux visiteurs de la richesse et de la fragilité des ressources patrimoniales Vers des comportements plus respectueux de l'environnement et une diminution des nuisances liées à la fréquentation touristique
1-1-2 Mettre en place des programmes et des séances de sensibilisation / éducation		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formations pro SAPN</li> <li>- Progr éduc à l'environnement : animations pour les enfants ds campings et centres de vacances, etc...programme de conférences « à la rencontre des habitants »...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dispositif écocarades (info, sensibilisation du grand public et des professionnels)</li> <li>- Intervention à des colloques ou à des conférences</li> </ul>	
<b>1.2 Diffuser une culture de la préservation et contribuer à faire respecter la réglementation</b>				
1-2-1 : actions pédagogiques : présenter la « boîte à outils » aux élus, aux acteurs et au public	Expertise juridique et cahier de recommandations / lac de Ste Croix	Cahiers de recommandation divers (archi et paysager, charte signalétique, manifestations sportives, PAF, ....) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Avis sur les manifestations sportives / travail pédagogique avec les organisateurs</li> </ul>		<b>ACTION 2</b> <b>Formation et appui technique aux collectivités locales</b> Aider les collectivités à assumer leur pouvoir réglementaire Meilleure application de la réglementation et la Diminution des conflits

1-2-2 : actions d'appui technique et d'accompagnement des acteurs sur les thèmes indispensables : maîtrise de l'énergie, gestion de l'eau et des déchets ...		Mission urbanisme		
1-2-3 : assurer des diagnostics environnementaux pour toutes les nouvelles installations touristiques				
<b>1.3 Organiser l'accueil et les pratiques sur les zones sensibles et contraindre les activités non respectueuses de l'environnement</b>				
1-3-1 : gestion des flux sur les zones les plus fréquentées	Plan de gestion sur St Maurin	Plaquette d'info sur l'organisation de l'accueil dans les Gorges Schéma de circulation et d'aménagement des Gorges	Communiquer pour informer sur le « mode d'emploi » des différents sites : panneaux, plaquettes...	<b>ACTION 3</b> <b>Équipement et accueil dans les zones sensibles</b> Réduire les impacts négatifs de la concentration des visiteurs sur les sites sensibles et améliorer les conditions d'accueil Vers : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meilleure fluidité de la circulation</li> <li>- Diminution des dégradations</li> <li>- Meilleure satisfaction des clientèles</li> </ul>
1-3-2 aménagement et gestion des sites sensibles pour l'accueil		Équipements d'accueil, hygiène et sécurité plages des lacs d'Esparron et de Castillon Aménagements de sentiers sensibles (ex : sentier des basses gorges...) Étude juridique SAPN + aménagements eau vive, canyon d'Angouire, trou du renard...		<b>ACTION 4</b> <b>Organisation des bonnes pratiques sur</b>
1-3-3		Groupes de travail du SAPN		

reglement des conflits d'usage- respect des bonnes pratiques concernant les activités sensibles		Ex de résorption de conflits (en cours) : Angoûre, eau vive, escalade... Outil de gestion concertée de l'escalade Appui à la mise en place du PDIPR Gestion des conflits d'usage liés à l'eau		<b>les sites sensibles</b> Organiser les bonnes pratiques des activités de pleine nature (essentiellement) sur les sites sensibles où cohabitent plusieurs activités sources de conflits ou d'impacts négatifs sur l'environnement <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réduire les impacts sur l'environnement</li> <li>- Eviter les conflits en agissant en amont sur les pratiques des professionnels</li> <li>- Responsabiliser les professionnels</li> </ul>
<b>1.4 Programmes d'animations et événements médiatiques « Verdon espaces protégés »</b>				
1-4-1 : animations à renouveler ou à inventer (ex : les gorges sans voiture...)		Journée sans voiture à La Palud Nettoyons la Nature		<b>ACTION 5</b> <b>Programmation d'évènements exemplaires PNR</b> Communiquer, sensibiliser public et population locale aux enjeux et défis prioritaires et Faire valoir de l'exemplarité de l'action PNR <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobiliser le grand public</li> <li>Reconnaissance du PNR dans sa mission</li> <li>protection/valorisation/innovation</li> </ul>
1-4-2 : appel à projet et/ou soutien à des manifestations démonstratives, sur tout en période d'été pour avoir un impact réel			Susciter et accompagner des manifs organisées par des assoc du territoire (sur la base d'un cahier des charges Parc)	
<b>1.5 Actions sur le long terme à caractère d'exemplarité</b>				
1-5-1 : dossiers à faire avancer dans les espaces protégés de PACA				<b>ACTION 6</b> Mise en œuvre dossier « véhicules propres »,
1-5-2 : approche régionale d'un réseau « véhicules propres » ds les espaces protégés		Etude de faisabilité véhicules propres		

<b>OBJECTIF 2 : PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DU TOURISME DURABLE</b>
------------------------------------------------------------------

<b>2.1 Accompagner le débat sur le durable et susciter le changement des pratiques de tous</b>				
2-1-1 : animer la prise de conscience citoyenne à partir d'une analyse crédible	Etude de fréquentation CETE	Etude de fréquentation des sites escalade	Centre de ressources au Parc : diffusion d'info sur le tourisme durable Etudes de fréquentation et comptages Accords avec CDT et CCI pour observation tour.	<b>ACTION 7</b> <b>Débat / animation tourisme durable PNR Verdon</b> Cycles conférences, débats, pour <b>SENSIBILISER le plus grand nombre</b> aux enjeux fondamentaux du tourisme durable
2-1-2 : animer le débat à travers une démarche de démocratie participative		Schéma tour Charte Forum des assoc Commission tourisme, etc		
<b>2.2 Piloter les « chantiers du durable » auprès de tous acteurs et des prestataires, en collaboration avec les territoires Verdon</b>				
2-2-1 : structurer l'approche thématique et pédagogique par divers « ateliers » concernés par le tourisme durable				<b>ACTION 8</b> <b>Ateliers de travail thématiques</b> Travailler avec les acteurs (professionnels du tourisme) sensibilisés sur les chantiers du durable : économique et social (saisonniers, groupement d'employeurs...), environnement (gestion des fluides, HQE...)
2-2-2 Formation et accompagnement des professionnels soucieux d'intégrer tout ou partie du durable dans leur activité				



<b>2.3 Piloter une cellule de veille sur les opportunités d'accueil de nouvelles installations</b>				
2-3-1 recensement des opportunités				<b>ACTION 9</b> <b>Accueil/installation projets « innovants »</b> Attirer des projets d'installation mixtes et Diversifier la typologie des entreprises touristiques du Verdon. Favoriser l'implantation d'entreprises viables toute l'année
2-3-2 accueil et coordination de l'accueil de porteurs de projets				
<b>2.4 Initier et animer une démarche de progrès avec les territoires et les entreprises</b>				
2-4-1 accompagnement des professionnels		Hôtels au naturel Gîtes Panda  Ex : appui / projet d'hébergement éco-tour du petit lac à Moustiers	animation Groupe de travail inters consulaires pour faire le point sur les démarches en cours	
<b>2.5 Favoriser les échanges et la communication entre les partenaires et les acteurs</b>				
2-5-1 assises				
2-5-2 : organisation et participation à des débats sur le tourisme durable		- Organisation d'un colloque réseau alpin sur les démarches qualité et l'environnement (Nov 2004)		<b>ACTION 10</b> Lettre d'information électronique aux professionnels touristiques et aux communes
2-5-3 : moyens de diffusion de l'info			Mise en cohérence des supports de com / schéma ex : site internet...	
<b>2.6 proposer et participer à une démarche inter-parcs / charte europ</b>				
2-6-1 reprise et adaptation de la méthode IPAMAC				<b>ACTION 11</b> <b>Charte européenne du tourisme durable</b> Définition d'une méthodologie spécifique INTERPARCS de PACA

## OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »

### 3.1 mettre en œuvre un schéma de valorisation patrimoniale des territoires Verdon

3-1-1 : réaliser un plan d'interprétation	Inventaires déjà réalisés : ex : petit patrimoine, étude ethno, études patrimoniales ponctuelles		Synthétiser les données et continuer les inventaires	<b>ACTION 12</b> <b>Plan de valorisation patrimoniale des territoires</b> Construire et animer la « mise en tourisme » des ressources patrimoniales avec les territoires
3-1-2 identifier des modes de valorisation	Itinéraire culturel « sur les chemins du patrimoine »			
3-1-3 professionnaliser les lieux		Appui aux projets de musées et maisons thématiques ex : cahier des charges maisons des vaultours, animation réflexion / projet culturel du musée de la faïence		<b>ACTION 13</b> <b>Animation réseau des lieux phares</b> Améliorer les contenus et les conditions d'accueil
3.1.4 animer la mise en tourisme				
<b>3.2 Animer des ateliers de construction d'offres</b>				
3-2-1 : développer l'action éducative, soutenir les projets pédagogiques		Création de sentiers d'interprétation Aménagement de sites d'accueil Appui à des projets communaux ou associatifs de mise en valeur de patrimoine		<b>ACTION 14</b> <b>Mise en œuvre Marque parc</b> Susciter l'engagement formel des professionnels partageant les valeurs PNR Valoriser les prestations

3-2-2 accompagner la construction des prestations individuelles et collectives		Animation (mise en réseau, valorisation aide au montage...) d'une offre répondant aux valeurs et aux missions du Parc mais non marquée : ex : le pass' musée le tourisme de pêche,		correspondant aux cahiers des charges marque parc
3-2-3 : animer des actions de formation sur l'offre parc auprès des candidats à la marque	Quelques formations déjà réalisées pour les pro sur la connaissance du patrimoine			
3-2-4 : actions de soutien adaptation des structures			Diffusion d'outils pédagogiques aux prestataires marqués	
<b>3.3 mettre en réseau les offres et les acteurs</b>				
3-3-1 : animer l'offre d'itinérance		Politique randonnée : Gîte en gîte Equestre...		<b>ACTION 15</b> <b>Construction de nouvelles offres collectives par filière</b> Soutenir et renforcer les modes de séjours et pratiques de découverte compatibles avec les valeurs PNR
3-3-2 Animer un calendrier de Rdv du Parc		Fête de la randonnée Inventaire des acteurs et des ressources culturelles en cours	Agenda diffusé sur le site web du Parc	<b>ACTION 16</b> <b>Calendrier des RDV découverte PNR</b> Construction d'une nouvelle image « découverte touristique » en illustration des thèmes choisis dans le plan de valorisation des ressources sur chaque territoire.
<b>3.4 Promouvoir une nouvelle image / découverte</b>				

3-4-1 travailler l'image des terr Verdon / supports de com		Guide découverte du Parc Fiches rando Collection des livrets découverte Editions Site Web partie tourisme Carnet découverte Book du Parc		
3-4-2 Structurer le message d'accueil et d'info du Parc		Diffusion info (service accueil) Sélection et premiers équipements des points-info	Déf message et types d'info Animation du réseau des points-info et coordination avec le point accueil de la Maison du Parc	-
3-4-3 charte de communication (dt signal) des prestataires marqués		Cf charte graphique et charte signalétique du Parc	Adaptation de la charte du Parc Soutien financier / acquisition	
<b>3-5 approches transversales et mise en réseau régional</b>				
3-5-1 mise en réseau des gammes de produits		Demarche régionale / gites panda		<b>ACTION 17</b> <b>Montage de produits touristiques « espaces remarquables »</b> Mise en scène des prestations labellisés à travers un catalogue de produits écotourisme pour constituer l'Offre d'appel de tous les parcs de la Région PACA



**L'objet de la réunion :**

Ainsi que le prévoit sa première Charte, le Parc du Verdon a initié la conception de son schéma touristique. Cette conception intervient concomitamment à la révision de la Charte et permettra d'approfondir les objectifs du Parc en matière touristique. Les résultats du Schéma seront donc pris en compte directement dans la nouvelle Charte du Parc.

Pour réaliser ce schéma, plusieurs étapes ont été identifiées : la réalisation d'un diagnostic partagé par un maximum d'acteurs, la définition d'une stratégie et d'un programme d'actions. Chaque étape fait et fera l'objet de divers ajustements liés aux consultations des acteurs et partenaires. Un Comité de pilotage réunissant les différents partenaires du Parc en matière touristique clôture ces phases de débats et d'ajustements.

Un détail de la méthode retenue pour la conception de ce schéma est joint en annexe n° 1, ainsi que la liste des membres du Comité de Pilotage.

**La présentation de l'état des lieux**

Afin d'animer la conception de ce schéma, le Parc a retenu, après consultation, l'offre d'intervention groupée de deux consultants : Elisabeth HAUWUY et Jean PRESIDY (références disponibles au Parc sur demande).

Ceux-ci procèdent à la présentation de l'état des lieux amendé et complété des nombreuses remarques recueillies lors des entretiens et des réunions avec les acteurs touristiques. Un résumé est joint au présent compte-rendu en annexe n°2. Cet état des lieux est complété d'enjeux identifiés par les consultants et dont la validation constituera le diagnostic du schéma. Suite à cette présentation, le débat est donc ouvert afin de recueillir les réactions des partenaires présents.

**Les réactions**

Globalement de nombreuses remarques ont été faites, dont certaines sur la forme : précisions demandées sur la méthode, etc... Il n'est fait état dans le présent compte-rendu que d'une synthèse des débats portant sur les thèmes forts :

**Sur l'état des lieux :**

- le rôle du Parc en matière de développement est insuffisant jusqu'à présent, cependant personne ne souhaite que cette mission fondamentale du Parc ne soit laissée de côté dans la prochaine Charte, ce serait jugé comme un « renfermement » de la structure sur elle-même. Il s'agira peut-être de mieux définir ce que l'on entend par développement : est-ce que le fait de valoriser des richesses locales (humaines ou naturelles) au travers des programmes du Parc (soutien à des actions, à des mises en réseau, à des associations...) n'est pas déjà du développement ? Cette question a fait l'objet de nombreux échanges : les attentes sont fortes : elle ne doit cependant pas être réduite à l'entrée touristique mais vue globalement : elle sera donc abordée dans la révision de la Charte.
- le thème de la surfréquentation : cette problématique existe et personne ne la nie cependant elle est concentrée deux mois par an sur un territoire réduit : au maximum une dizaine de communes. Elle est liée au problème de l'excursionnisme croissant. Cependant il ne s'agit pas de la seule problématique que rencontre le Verdon en matière touristique : il ne faudrait pas que ce soit le seul axe de travail sur lequel porte l'action du Parc.
- le ou les Verdon(s) ? : le Verdon n'est pas une entité unique : plusieurs territoires le constituent et connaissent des problématiques différentes : il y aurait un grand danger pour le Parc de n'apporter qu'une seule réponse et ne mettre en œuvre qu'une seule politique trop centrée sur les problèmes des Gorges et du Lac
- le durable : on ne peut isoler le tourisme des autres activités économiques et de la réalité environnementale et humaine locales. Si l'on veut aller vers une politique de développement durable toutes les dimensions doivent être prises en compte : l'environnement, l'économique, le social et l'éthique. Une telle politique ne peut être proposée par une structure qui ne recherche

pas le meilleur fonctionnement démocratique : transparence, ouverture sur la société, volonté de faire participer et de consulter... Le Parc s'est beaucoup investi dans ce sens : peut-être faut-il d'avantage le faire savoir ? Il reste à savoir maintenant où en est le territoire et où en sont les pratiques par rapport aux critères du durable ?

- le soutien du Parc : il existe maintenant, la période difficile est passée : cependant il ne s'agit pas seulement de soutien financier mais aussi de crédit moral dont il est question : il est lié à un positionnement plus clair du Parc

### Sur les enjeux :

- le ou les rôle(s) du Parc : de nombreuses questions ont été soulevées, pistes à creuser dans la prochaine étape du schéma (définition de la stratégie) : le Parc doit-il être plus fort ou pas sur la réglementation ? Il s'agit d'une forte attente des associations et de la population (cf questionnaire habitants), cependant cela ne doit pas devenir un facteur bloquant. Quels rôles le Parc doit-il jouer ? et jusqu'où ? valorisation ? développement, animation ? (temps passé) aménagement ? Comment doit-il se positionner ? coordination ? maîtrise d'œuvre ? maîtrise d'ouvrage ? Qui reprend les missions de Verdon Accueil ? Le Parc ne doit pas tout faire mais doit être clair sur ce qu'il veut faire. Il paraît également intéressant de clarifier le rôle de l'ensemble des intervenants : on doit pouvoir s'y retrouver plus facilement.
- La réflexion sur une stratégie globale permettra de remédier à l'effet « empilement de mesures » constaté dans l'état des lieux du Schéma.
- utiliser l'image Parc pour créer et valoriser un « bouquet » d'offre Parc (découverte...) : ce qui permettra de valoriser l'ensemble du territoire : valoriser l'intérêt propre de chaque secteur géographique et ne plus utiliser que la seule image des Gorges. Cette action sera difficile car elle tend à proposer une offre nouvelle et à créer une demande qui n'existe pas aujourd'hui dans le Verdon. Elle exigera beaucoup de moyens.

Le compte-rendu du Comité de pilotage ainsi que les documents présentés seront diffusés largement après la réunion : les partenaires n'ayant pu réagir le jour même sont ainsi conviés à le faire par la suite. La deuxième étape du Schéma démarrera en Septembre et donnera lieu à d'autres réunions à l'Automne.

**Extrait du compte-rendu du Comité Syndical du Parc naturel régional du Verdon du 29 Juin 2004, tenant lieu de Comité de pilotage :**

#### « 9-Présentation du Schéma Touristique Durable du Parc »

*L'étude d'animation du Schéma Touristique du Parc est présentée aux membres du conseil syndical par le Cabinet de consultants PRESIDY - HAUWUY. Il est rappelé qu'une consultation des partenaires a été préalablement menée à l'élaboration d'un diagnostic et à la définition de la stratégie et des enjeux touristiques prioritaires du Parc. L'objectif étant de susciter une prise de conscience chez les acteurs privés et d'associer les différents partenaires publics à la mise en place de ce Schéma qui sera intégré dans la future Charte.*

*Le plan d'action du Schéma Touristique du Parc s'articule autour de trois grands objectifs :*

- préservation et protection de l'environnement et des ressources patrimoniales associées au tourisme dans le Verdon.*
- Coordination de la mise en œuvre du tourisme durable dans le Verdon.*
- Développement et promotion d'une offre touristique labellisée « PNRV ».*

*Chacun de ces objectifs sont décomposés en axes d'orientation, eux mêmes déclinés chacun en natures d'actions (voir Schéma Touristique Durable en Annexe 1).*

*Il est précisé qu'une démarche « interParcs » a tout à fait vocation à s'inscrire dans cette orientation stratégique en matière touristique. De plus, il est fait état de la nécessité de permettre l'accès de tous à cette offre touristique alternative et de ne pas occulter le volet « social » (condition d'accueil et d'hébergement des travailleurs saisonniers).*

*Un débat riche et intense au sein des représentants des collectivités et organismes consulaires a animé cet exposé et a mis en évidence la complexité des enjeux en matière touristique sur le territoire du Parc. »*



## ANNEXE 8 : Fiches-Actions

<b>OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT</b>	
<b>ACTION 1 : Programme de sensibilisation des visiteurs</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Faire prendre conscience aux visiteurs de la richesse et de la fragilité des ressources patrimoniales
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des comportements plus respectueux de l'environnement</li> <li>- Une diminution des nuisances liées à la fréquentation touristique</li> </ul>
<b>Commissions concernées</b>	Tourisme, environnement, éducation, communication
<b>Partenariats</b>	
<b>Étapes opérationnelles</b>	Définition des messages et des publics cibles Inventaire et coordination des moyens : écogardes, actions dans les campings, Outils de communication
<b>Moyens à mobiliser</b>	Campagnes de sensibilisation Ecogardes
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Rapport des écogardes : diminution des comportements négatifs Collectes déchets sauvages.....
<b>Atelier de Travail</b>	« Sensibilisation » A créer Ecogardes
<b>échéancier</b>	A partir de 2005

<b>OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT</b>	
<b>ACTION 2 : Formation et appui technique aux collectivités locales</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Aider les collectivités à assumer leur pouvoir réglementaire
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Meilleure application de la réglementation Diminution des conflits
<b>Commissions concernées</b>	Tourisme, environnement, urbanisme, agriculture, eau
<b>Partenariats</b>	SAGE....
<b>Étapes opérationnelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lister les réglementations et priorités d'animation</li> <li>- Créer les outils pédagogiques (par tranches)</li> <li>- Formation et suivi</li> <li>- Avis sur manifestations et projets</li> </ul>
<b>Moyens à mobiliser</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appui technique pour la création des outils (mission juridique)</li> <li>- Animation formation</li> <li>- Suivi et assistance</li> </ul>
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre d'arrêtés pris par les communes Verbalisation des infractions
<b>Atelier de travail</b>	A créer / thèmes à traiter selon l'actualité (ex, pour 2005 : activités motorisées)
<b>échéancier</b>	2005-2007

<b>OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT</b>	
<b>ACTION 3 : équipement et accueil dans les zones sensibles</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Réduire les impacts négatifs de la concentration des visiteurs sur les sites sensibles et améliorer les conditions d'accueil
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Meilleure fluidité de la circulation Diminution des dégradations Meilleure satisfaction des clientèles
<b>Commissions concernées</b>	Tourisme, environnement, urbanisme,
<b>Partenariats</b>	Communes et autres maîtres d'ouvrage
<b>Étapes opérationnelles</b>	Définir les sites prioritaires et les actions déjà définies dans OGS, SAPN et plan de gestion des lacs Réalisation par tranches
<b>Moyens à mobiliser</b>	Études et animation (aide à la conception) Assistance à maîtrise d'ouvrage
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc (OGS, Plan de gestion et de dev lac de Ste Croix)
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre de sites aménagés ou traités Nombre de dossiers montés Nombre d'équipements réalisés
<b>Ateliers de travail</b>	ateliers de l'OGS, du Plan de gestion de Ste Croix, du Schéma des activités de pleine nature)
<b>Échéancier</b>	2005 (poursuite des actions)

<b>OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT</b>	
<b>ACTION N° 4 : Organisation des bonnes pratiques sur les sites sensibles</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Organiser les bonnes pratiques des activités de pleine nature (essentiellement) sur les sites sensibles où cohabitent plusieurs activités sources de conflits ou d'impacts négatifs sur l'environnement
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Réduire les impacts sur l'environnement Eviter les conflits en agissant en amont sur les pratiques des professionnels Responsabiliser les professionnels
<b>Commissions concernées</b>	Tourisme, environnement,
<b>Partenariats</b>	Fédérations départementales, Jeunesse et sports ?
<b>Etapas opérationnelles</b>	- identification des sites prioritaires -évaluation des impacts -animation -conventionnements -formation et mobilisation large des professionnels
<b>Moyens à mobiliser</b>	Etude d'impact, animation, formation, conventionnement
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre de conventions établies Diminution des conflits
<b>Ateliers de travail</b>	Les ateliers du Schéma des activités de pleine nature (eau vive, escalade, activités nautiques, rando aquatique, canyon,...)
<b>échéancier</b>	2005

<b>OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT</b>	
<b>ACTION 5 : Programmation d'évènements exemplaires PNR</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Communiquer, sensibiliser public et population locale aux enjeux et défis prioritaires Faire valoir de l'exemplarité de l'action PNR
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Mobiliser le grand public Reconnaissance du PNR dans sa mission protection/valorisation/innovation
<b>Commissions concernées</b>	Culture, communication, tourisme, environnement
<b>Partenariats</b>	
<b>Étapes opérationnelles</b>	Expertise des événements existants Définir les enjeux prioritaires Concevoir calendrier et programme développement
<b>Moyens à mobiliser</b>	Manifestations phares organisées ou soutenues par le PNR partout où enjeux = défis : Journée sans voiture, Nettoyons la nature, Défi nature environnement, ...
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombres de manifestations / nombres de visiteurs / retombées presse
<b>Ateliers de travail</b>	Fête de la randonnée 2005, Journées sans voiture + atelier à créer
<b>échéancier</b>	2005

<b>OBJECTIF 1 : PRÉSERVER ET PROTÉGER LES RESSOURCES ET L'ENVIRONNEMENT</b>	
<b>ACTION 6 : Mise en œuvre dossier « véhicules propres »</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Proposer un mode de déplacement alternatif
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Réduction des nuisances générées par la circulation automobile Sensibilisation des acteurs et des clientèles
<b>Commissions concernées</b>	Environnement, tourisme
<b>Partenariats</b>	Inter-parcs, DRIRE, ADEME ...
<b>Étapes opérationnelles</b>	Communication des résultats de l'étude en cours Définition de la stratégie à conduire Montage opérationnel
<b>Moyens à mobiliser</b>	Etude, animation, expérimentation
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	
<b>Atelier de travail</b>	Véhicules propres
<b>échéancier</b>	2006

<b>OBJECTIF 2 : PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DU TOURISME DURABLE</b>	
<b>ACTION 7 : Débats / animations tourisme durable PNR Verdon.</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	SENSIBILISER le plus grand nombre aux enjeux fondamentaux du tourisme durable
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Prise de conscience
<b>Commissions concernées</b>	Education, tourisme, développement durable
<b>Partenariats</b>	
<b>Étapes opérationnelles</b>	Recenser les thèmes prioritaires dégagés par les partenaires (2005) Réunir les associations locales pour un programme 2006 de Cycles conférences, débats,
<b>Moyens à mobiliser</b>	Programme d'intervenants extérieurs
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre de rdv proposés, nombre de participants
<b>Atelier de travail</b>	Vers le tourisme
<b>échéancier</b>	2005/2006

<b>OBJECTIF 2 : PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DU TOURISME DURABLE</b>	
<b>ACTION 8 : Ateliers de travail thématiques</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Travailler avec les acteurs (professionnels du tourisme) les accompagner et les sensibiliser sur les chantiers du durable : économique et social (saisonniers, groupement d'employeurs...), environnement (gestion des fluides, HQE...)
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Emergence d'initiatives individuelles et collectives pour la mise en œuvre de nouvelles pratiques des entreprises du tourisme
<b>Commissions concernées</b>	Environnement, tourisme
<b>Partenariats</b>	Consulaires, DDE, DDAF, CAUE..... selon les ateliers
<b>Étapes opérationnelles</b>	Déterminer les thèmes suites aux débats (actions 7) Programme formation-action ou accompagnement individualisé.
<b>Moyens à mobiliser</b>	animations échanges, interventions extérieures, formations, audits personnalisés, voyage d'étude sur 2 à 3 ans ...
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre d'ateliers Nombre de participants Mises en œuvres et perspective réseau
<b>Atelier de travail</b>	Vers le tourisme durable
<b>échéancier</b>	2007



<b>OBJECTIF 2 : PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DU TOURISME DURABLE</b>	
<b>ACTION 9 : Accueil/installation projets « mixtes »</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Attirer des projets d'installation mixtes  Diversifier la typologie des entreprises touristiques du Verdon
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Retrouver un équilibre entre les différents secteurs d'activités Favoriser l'implantation d'entreprises viables toute l'année Réduire l'impact social de la recherche de rentabilité sur une saison trop courte
<b>Commissions concernées</b>	Agriculture, tourisme, développement durable....
<b>Partenariats</b>	Consulaires, CBE, .....
<b>Étapes opérationnelles</b>	Définition du concept et cellule de veille Conception procédure de sélection et d'accompagnement des candidats approche des nouvelles installations pluriactives, recensements de opportunités et recensement des reprises d'entreprises
<b>Moyens à mobiliser</b>	accès aux aides Région et Leader Appel à projet (« bourses » à l'installation-innovation)
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre de candidats accompagnés
<b>Atelier de travail</b>	
<b>échéancier</b>	2006 ou 2007

<b>OBJECTIF 2 : PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DU TOURISME DURABLE</b>	
<b>ACTION 10 : Lettre d'information électronique</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Maintenir un lien permanent entre le parc, les communes et les acteurs aux professionnels touristiques
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Ancrer l'existence du PNR et son positionnement sur le tourisme durable
<b>Commissions concernées</b>	Tourisme et communication
<b>Partenariats</b>	
<b>Étapes opérationnelles</b>	Créer fichier électronique des professionnels et personnes ressources Rédaction et diffusion news
<b>Moyens à mobiliser</b>	Service informatique Service communication et tourisme
<b>Budget prévisionnel</b>	0
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre de destinataires, intérêts exprimés, réactivité
<b>Atelier de travail</b>	Lettre électronique (à créer)
<b>échéancier</b>	2005

<b>OBJECTIF 2 : PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DU TOURISME DURABLE</b>	
<b>ACTION 11 : Charte européenne du tourisme durable</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	S'inscrire dans une démarche de réseau européen
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Moyens de reconnaissance Stimulation et mise en commun d'expérience
<b>Commissions concernées</b>	Tourisme, développement durable
<b>Partenariats</b>	Autres espaces protégés PACA
<b>Étapes opérationnelles</b>	Définition d'une méthodologie spécifique INTERPARCS de PACA  Mission partagée avec le PNR Luberon (recrutement)
<b>Moyens à mobiliser</b>	A partir de l'expérience capitalisée / action 8
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	
<b>Atelier de travail</b>	
<b>échéancier</b>	2007 / 2008

<b>OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »</b>	
<b>ACTION 12 : Schéma de valorisation des patrimoines des territoires</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Construire et animer la « mise en tourisme » des ressources patrimoniales avec les territoires
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Grille de lecture des ambitions de valorisation des patrimoines Sélection des offres singulières à valoriser par territoires et collectivement
<b>Commissions concernées</b>	Culture, environnement, tourisme
<b>Partenariats</b>	Communes, OT/SI, associations locales, intercommunalités
<b>Étapes opérationnelles</b>	Définir le process d'élaboration et de validation du schéma de valorisation Engager les chantiers par territoire
<b>Moyens à mobiliser</b>	identification, ambition, modes de valorisation et nature des actions à entreprendre ...
<b>Budget prévisionnel</b>	
<b>Indicateurs de réussite</b>	
<b>Atelier de travail</b>	Atelier à créer
<b>échéancier</b>	2005

<b>OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »</b>	
<b>ACTION 13 : Animation du réseau des lieux « phares »</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Améliorer les contenus et les conditions d'accueil
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Professionnalisation des lieux
<b>Commissions concernées</b>	Culture, communication, tourisme
<b>Partenariats</b>	DRAC, Conseils Généraux,
<b>Etapes opérationnelles</b>	Diagnostic des musées et maisons thématiques + animation réseau des lieux-phares Programmes de formation et appui technique des responsables d'accueil et associatifs
<b>Moyens à mobiliser</b>	Suites réseau des musées Expertise et stratégie Accompagnement, animation, soutien à des équipements
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	
<b>Atelier de travail</b>	Réseau de musées
<b>échéancier</b>	2005

<b>OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »</b>	
<b>ACTION 14 : Mise en œuvre de la Marque parc</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Susciter l'engagement formel des professionnels partageant les valeurs PNR Valoriser les prestations correspondant aux cahiers des charges marque parc
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Un portefeuille de « produits touristiques », « activités de découverte » restauration et hébergement, reconnus par la marque Parc et constituant le réseau des partenaires privilégiés du PNR
<b>Commissions concernées</b>	Tourisme
<b>Partenariats</b>	Consulaires, CDT, fédérations...
<b>Étapes opérationnelles</b>	<b>Propositions à confirmer :</b> <b>2005 :</b> randonnées découverte, sorties nature, randonnées canoë, bateau promenade <b>2006 :</b> gîtes d'étape, sorties culturelles, pêche <b>2007 :</b> restaurants...
<b>Moyens à mobiliser</b>	1. Rédaction cahier des charges, animation groupes de travail 2. Procédures de marquage et de suivi 3. Accueil, formation et accompagnement des prestataires candidats 4. formations, promotion
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre de prestations marquées Diversité et qualité des offres marquées
<b>Atelier de travail</b>	Atelier Marque (à créer)
<b>échéancier</b>	2005

<b>OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »</b>	
<b>ACTION 15 : Construction de nouvelles offres collectives par filière</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Soutenir et renforcer les modes de séjours et pratiques de découverte compatibles avec les valeurs PNR
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Une meilleure lisibilité des offres de découverte favorisant une fréquentation plus importante toute l'année Augmentation des pratiques
<b>Commissions concernées</b>	
<b>Partenariats</b>	
<b>Étapes opérationnelles</b>	Chantiers prioritaires de développement ou de confortement de nouvelles offres (diversification) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Randonnée</li> <li>- Filière pêche</li> <li>- Itinéraire culturel</li> <li>- ....</li> </ul>
<b>Moyens à mobiliser</b>	Outils collectifs : circuits, guides, carnet de routes
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	Nombre de filière organisées et valorisées Appropriation des outils circuits et prestations par les opérateurs locaux (par exemple guides de pays pour les circuits culturels, AMM pour la randonnée)
<b>Atelier de travail</b>	Banque de données rando, sur les chemins du patrimoine
<b>échéancier</b>	2005

<b>OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »</b>	
<b>ACTION 16 : Calendrier des RDV découverte PNR</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Construction d'une nouvelle image « découverte touristique » en illustration des thèmes choisis dans le plan de valorisation des ressources sur chaque territoire. Susciter des courts séjours autour d'événements phares, <b>toute l'année.</b>
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Calendrier annuel de rendez-vous PNRV de type « 1 territoire / 1 thème / 1 événement, chaque mois ».
<b>Commissions concernées</b>	Culture, environnement, tourisme, communication
<b>Partenariats</b>	Territoires, communautés de communes, associations, pays
<b>Étapes opérationnelles</b>	Sélection, soutien de manifestations en lien avec l'émergence de nouvelles offres (et/ou nouvelles thématiques de découverte) sur les territoires
<b>Moyens à mobiliser</b>	
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf contrat de parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	
<b>Atelier de travail</b>	
<b>échéancier</b>	2006 / 2007



<b>OBJECTIF 3 : DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LABELLISÉE « PNR VERDON »</b>	
<b>ACTION 17 : Montage de produits touristiques « espaces remarquables »</b>	
<b>OBJECTIFS</b>	Mise en scène des prestations labellisés à travers un catalogue de produits écotourisme
<b>RESULTATS ATTENDUS</b>	Offre d'appel de tous les parcs de la Région PACA
<b>Commissions concernées</b>	tourisme
<b>Partenariats</b>	Parcs de paca
<b>Etapas opérationnelles</b>	Recenser les potentialités de produits sur le PNR Verdon Participation à un groupe de travail inter-parcs au niveau région Partenariat CRT, club nature maison de la France
<b>Moyens à mobiliser</b>	
<b>Budget prévisionnel</b>	Cf Contrat de Parc
<b>Indicateurs de réussite</b>	
<b>Atelier de travail</b>	A créer
<b>échéancier</b>	2007

# ANNEXE 9 : Réorganisation de la commission tourisme durable du Parc (suite à l'adoption du schéma touristique)

DOCUMENT VALIDE LE 22 SEPT 2004

PRINCIPE GENERAL DE FONCTIONNEMENT DU BAS VERS LE HAUT

