PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur



Forum des Pros Valeurs Parc naturel régional Mars 2019

Sainte-Baume

Alpilles

Camarque

Wont-Ventoux

Verdon

Provençales

Une autre vie s'invente ici



















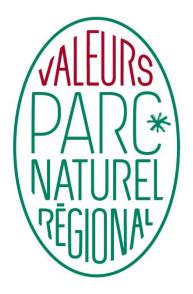
Préalpes d'Azur



Queyras

Une marque nationale avec un ancrage territorial fort

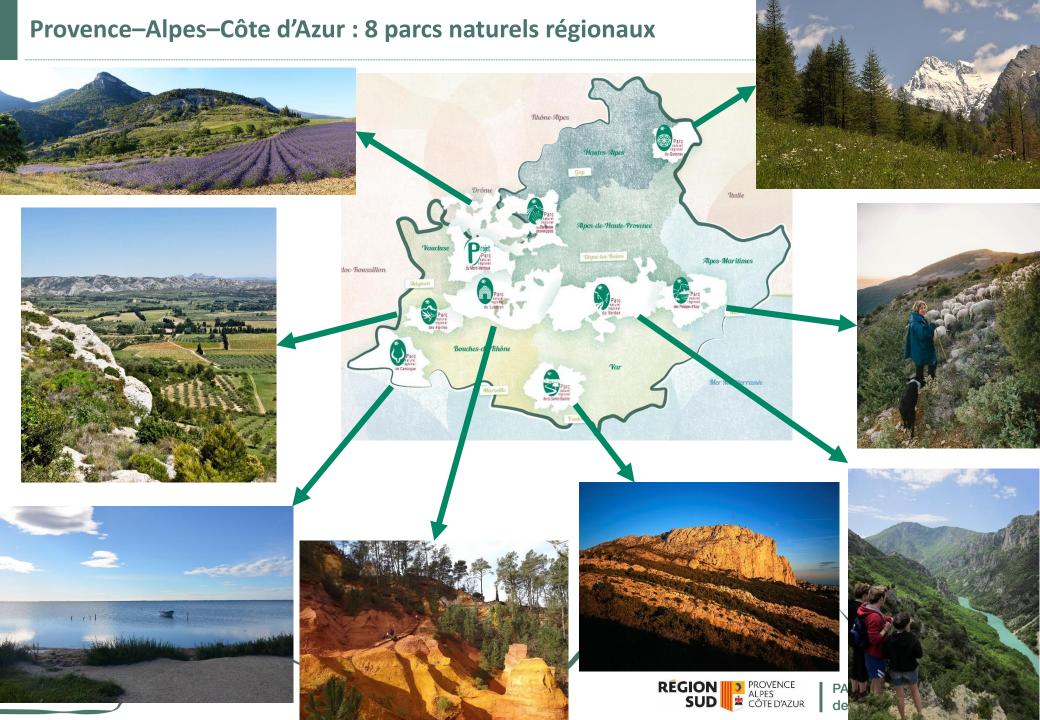




Engagés ensemble pour le respect de la nature l'épanouissement de l'Homme et l'économie locale

NOS VALEURS SONT VOS VALEURS





Un engagement fort de la Région Sud

10 ANS DE PROJETS MUTUALISÉS

EN FAVEUR D'UN TOURISME PLUS DURABLE MOTEUR DU DÉVELOPPEMENT LOCAL



De la stratégie de tourisme durable locale à la création d'une filière écotouristique régionale

2008 - 2013 Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés 2014
Création de
2 postes
mutualisés pour
renforcer la
démarche

2017 le projet continue avec une forte implication dans les stratégies réginoales et nationales

2019 co-pilotage de la mise en place d'une filière écotourisme régionale



















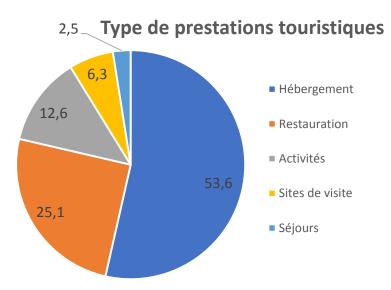


Marque Valeurs Parc naturel régional – quelques chiffres clé Région Sud

UNE MARQUE NATIONALE MULTI-MÉTIERS À FORT ANCRAGE TERRITORIAL

Plus de 2000 entreprises bénéficiaires de la marque au niveau national

PARC	TOTAL ENTREPRISES TOURISTIQUES MARQUEES	TOTAL ENTREPRISES AGRICOLES MARQUEES	TOTAL ARTISANS MARQUES	TOTAL ENTREPRISES MARQUEES
TOTAL PARCS NATURELS REGIONAUX DE LA REGION SUD	197	34	3	234



Capacité d'accueil des hébergements marqués en Région Sud

126 établissements

5850 lits (dont près de la moitié en Village vacances)

825 emplacements de camping





Source : Parc naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur,

déc. 2018

REGION PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR

FAISONS LE TOUR DES PARCS pour découvrir...

... la diversité des métiers couverts par la marque

- Prestations touristiques : hébergements, restaurants, activités, sites de visite, séjours
- Produits agricoles : vin, farine et pain, produits de l'élevage, miel, plantes aromatiques,...
- Produits artisanaux : jouets et meubles en bois

... les atouts du réseau pour le développement d'une offre durable

- Agir ensemble pour un développement économique durable de nos territoires. Ensemble, nous sommes plus fort, nous pesons plus!
- Construire une offre d'excellence qui sera le socle de la future filière « Écotourisme » de la Région et de la Destination Parcs de la Fédération nationale

... les forces de la mutualisation entre 8 parcs

- Transférer des méthodes et des développements spécifiques d'un parc aux autres
- Parler d'une seule voix avec les instances régionales et nationales
- Identifier des enjeux et perspectives pour tous, à moyen et long terme



Camargue : le cheval dans tous ses états

Promenades à cheval marqués Valeurs Parc depuis de nombreuses années







Nouveauté 2019 : marquage de la Maison du Cheval Camargue au Mas de la Cure







Création d'une route équestre entre le delta du Rhône et le delta du Guadalquivir en Espagne



- → traverser et valoriser un maximum de zones naturelles d'exception
- → coopération INTER-MED EQUITABLE en construction



Alpilles : une belle panoplie de sites de visite

Musée de société, antiques et jardins esthétiques, productifs et pédagogiques







Tous proposent des visites en liberté et des visités guidées, mais aussi des animations spécifiques pour les scolaires et des ateliers de vacances \rightarrow clientèle habitants et visiteurs

Nouveauté nationale : possibilité d'étendre la zone de marque sur la totalité de la surface d'une commune, même sur les zones qui non font pas partie du périmètre classé

→ Extension de l'accompagnement des entreprises et des offres marquées

Perspective : la mise en réseau des musées et sites de visites et de

→ Allier les lieux de transmission des connaissances du patrimoine culturel et naturel

L'habitant est notre premier visiteur!





Luberon: c'est dans l'assiette

Le Projet alimentaire territorial du Luberon récompensé au niveau national dans le cadre du PNA







Marquage des premiers restaurants







Perspective : déployer la marque sur la filière agritourisme





Baronnies provençales : des Offices de tourisme relais du Parc

Les Offices de tourisme relais du Parc

Un réseau de 18 Offices de Tourisme assure l'accueil, l'animation et la promotion touristique des Baronnies provençales.





Les OT : parties prenantes dans le développement de la marque Valeurs Parc naturel régional







- Proposent des candidats et recueillent les candidatures
- Donnent un avis sur les candidats
- Accompagnent les audits en tant qu'observateurs





Verdon: zoom sur l'itinérance

Travail de structuration de la randonnée avec p.ex. la création de GR® de Pays







premier visiteur!

régional

du Verdon

- → Projet plus vaste : « Tours du Verdon »
- → Ressentir le paysage, ralentir le rythme, se connecter avec une vie plus réelle que virtuelle

« Nous voulons donner aux habitants des communes qui bordent le lac la primeur de la découverte du chemin. Dans le temps, les chemins avaient une fonction de lien social et ils restent ancrés localement. » L'habitant est notre

Perspective:

organiser la chaîne de services à proximité, dont l'offre de prestations touristiques marqués #ValeursParc



Préalpes d'Azur : on a même vu la Corse !

Des activités de pleine nature pour une clientèle excursionniste









Balade handi-découverte





Exemple de perspective : les 8 parcs ont commencé un travail spécifique sur l'astro-tourisme en transversalité avec l'interparc énergie



Queyras : restez pour un séjour !

25 % des hébergements sont marqués Valeurs Parc

- → Enclencher le développement d'un référentiel Valeurs Parc pour les séjours au niveau national
- → Parc test pour les premiers séjours marqués de France











Perspective : déployer la marque Valeurs Parc pour les séjours dans les autres parcs de la région























