

COMMENT CONCILIER
L'ACCUEIL DES TOURISTES
ET LA PRÉSERVATION DE
L'ÉCOSYSTÈME ?

PARCS NATURELS REGIONAUX



SOMMAIRE

1

L'ESSENTIEL

04 | LES SECRETS DE FABRICATION
CONTEXTE, OBJECTIFS ET
METHODES

06 | 10 PISTES DE TRAVAIL POUR
MIEUX ACCEUILIR LES VISITEURS

09 | CARTE D'IDENTITE
DES 10 PARCS NATURELS
REGIONAUX

2

PERSPECTIVES

15 | DE LA CONQUETE
À LA FIDELISATION

Les visiteurs exceptionnels
les visiteurs réguliers ou occasionnels
Les prospects
Les touristes de proximité

24 | LA PERCEPTION
DES HABITANTS DES PNR

Ambassadeurs ou détracteurs

MAIRE

#3

ECLAIRAGES

- 26 | L'EXCELLENTE NOTORIÉTÉ DES PARCS DE NOTRE RÉGION
- 28 | LA PERCEPTION DU RÔLE DES PARCS ET LES EXPLICATIONS DE L'EXPERT
- 30 | L'ESTHÉTIQUE ENVIRONNEMENTALE : UN NOUVEAU COURANT PHILOSOPHIQUE

#4

PISTES POUR ELARGIR

- 29 | #01 | Un nécessaire équilibre entre l'économie et l'écologie
- #02 | Allonger la durée de séjour pour optimiser les retombées économiques
- #03 | Développer la découverte du « local » et favoriser le « partage »
- #04 | Informer sur les caractéristiques et le rôle des Parcs naturels régionaux.
- #05 | Guider et accompagner les visiteurs pour enrichir leur expérience
- #06 | Répondre aux besoins de déconnexion sans oublier les fondamentaux !
- #07 | Renforcer le digital dans la phase d'inspiration.
- #08 | Répondre à une forte attente de mobilité douce
- #09 | Adapter les activités et la communication aux saisons...
- #10 | Favoriser la gouvernance avec les acteurs du territoire.

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME - PÔLE ETUDES MARKETING

Directeur de la publication : Lionel FLASSEUR - **Responsable de la rédaction :** Jean-François JOBERT - **Rédacteurs en chef :** Muriel ANTONIOTTI, Guilhem PONCY - **Rédactrice :** Christelle LEPOUTRE - **Etude réalisée par :** TCI RESEARCH / TRAVELSAT - **Création graphique et infographies :** L'équipe Originis, Jacqueline Martinez - **Impression :** INORE Groupe Impression - **Tirage :** 500 exemplaires

Crédits photos : ©Adobestock - © Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - © P. Jayet/Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - © Pauline Daniel - © Les Conteurs - Chartreuse Tourisme - © JMona - OTPilat - © Pierre Mayade - © Christian Martelet - © S.Godin - ©JD Auguy - © M.Dupont - © P.Jayet - © Studio des 2 prairies

LES SECRETS DE FABRICATION : CONTEXTE, OBJECTIFS ET METHODES

Les Parcs naturels régionaux ont pour vocation d'asseoir un développement économique et social du territoire, tout en préservant et valorisant le patrimoine naturel, culturel et paysager.



la Tête Chevalière - PNR Vercors (38)

Cette double affirmation traduit un paradoxe, des tendances divergentes, auxquels la réponse pourrait être « Comment le tourisme peut-il contribuer à sensibiliser les clientèles au respect des milieux ? »

Pour répondre à cette question Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et les Parcs naturels régionaux de la région se sont associés afin d'œuvrer ensemble pour le développement d'un tourisme bienveillant, durable et harmonieux.

Dans le cadre de cette collaboration, une étude a été réalisée par **TCI Research** auprès de différentes clientèles (les visiteurs, les prospects, les primo-visiteurs et les clientèles de proximité) pour connaître l'image des Parcs en tant que destination écotouristique.

8 Parcs sont partenaires de cette étude :

Volcans d'Auvergne, Baronnies provençales, Chartreuse, Haut-Jura, Livradois-Forez, Massif des Bauges, Monts d'Ardèche et Vercors.





LES METHODOLOGIES EMPLOYEES



UNE ETUDE QUANTITATIVE

Mode de recueil

Interrogation en ligne réalisée du **25 février au 18 mars 2021**

Cibles interrogées

Hommes ou femmes, âgés de 18 ans ou plus et ayant réalisé au moins un séjour d'agrément en Auvergne-Rhône-Alpes au cours des 3 dernières années, dont :

- **181 interviews menées auprès de primo-visiteurs 2020** (i.e. qui ont séjourné dans un PNR pour la 1ère fois en 2020) : profil, influence du PNR dans le choix du séjour, motivations, importance de la crise sanitaire dans le choix du séjour, satisfaction, potentiel de fidélisation.
- **300 interviews menées auprès de visiteurs occasionnels ou réguliers** (i.e. qui ont séjourné au moins une fois au cours des 3 dernières années dans un PNR, 2020 n'étant pas la 1ère fois) : profil, influence du PNR dans le choix du séjour, motivations, satisfaction, offres / services manquants.
- **652 interviews menées auprès d'une cible de prospects** (i.e. n'ayant jamais séjourné dans un PNR en Auvergne-Rhône-Alpes au cours des 3 dernières années mais susceptibles d'y séjourner) : profil, influence du PNR dans le choix du séjour, attentes, motivations, image des PNR, expériences attendues.
- **438 interviews menées auprès des clientèles intrarégionales** (réparties sur les différentes cibles étudiées).

UN APPROFONDISSEMENT QUALITATIF

Analyse des témoignages clients déposés sur les plateformes d'opinion (Google Reviews et TripAdvisor) de manière à enrichir la verbalisation des leviers / freins, raisons de satisfaction / insatisfaction et offres / services manquants.

L'analyse permet notamment de mettre en évidence :



Les **types d'expériences** vécues



Les **émotions** suscitées



Les **leviers d'attractivité** et les raisons d'**insatisfactions**



Les **attentes** en matière d'offres et de services



Les **réactions** en lien avec la **crise sanitaire**

L'analyse qualitative des contenus a été menée de manière transversale, sur l'ensemble des PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes.

10 PISTES DE TRAVAIL POUR MIEUX ACCUEILLIR LES VISITEURS

Des pistes opérationnelles se dessinent pour les acteurs des Parcs naturels de la région. Elles ont pour objectif d'identifier comment mieux accueillir les différentes cibles (visiteurs, primo visiteurs et prospects) en accord avec les valeurs de préservation défendues par les Parcs.

#01

LES PNR : UN « REFUGE » PERTINENT EN REACTION À LA CRISE SANITAIRE...

Les visiteurs de PNR se montrent particulièrement inquiets face à l'épidémie de Covid-19. La mise en avant des grands espaces, l'air pur et de manière induite la sécurité sanitaire, la facilité à respecter les

gestes barrières, notamment en famille et sans contrainte, constituent des éléments d'accroche pertinents renforcés par la pandémie.

#02

TRANSFORMER LES EXCURSIONNISTES EN TOURISTES

Pour les clientèles infrarégionales, les PNR apparaissent aussi comme des refuges pour déconnecter du quotidien, de la semaine de travail. Toutefois, il apparaît important de pousser des offres de séjour, incluant le logement et

éventuellement des activités bien-être, car ils sont plus nombreux à envisager les PNR comme un break « ressourçant » : il s'agira de passer de l'excursion au court séjour !



Spa thermal de Montbrun-les-bains - PNR Baronnies Provençales (26)

#03

LE « LOCAL », LE « PARTAGE » SONT DES ATTENTES FORTES LORS D'UN SEJOUR PNR

L'accueil chaleureux des locaux est spontanément restitué par les visiteurs de PNR en Auvergne-Rhône-Alpes. L'accès au « local » est fortement attendu lors d'un séjour dans un Parc naturel régional : rencontres avec les locaux,

dégustation de produits / spécialités ou encore découverte des savoir-faire. Plus que l'accueil chaleureux, c'est le partage de savoirs, des traditions, la transmission à l'autre qui est plébiscitée.

#04

EDUQUER, SENSIBILISER AU RÔLE / FONCTIONNEMENT DES PARCS NATURELS REGIONAUX

L'appellation PNR a montré son importance, sa pertinence, sa valeur ajoutée « projetée » dans le processus décisionnel en comparaison à une destination qui se vendrait « seule ». Cela étant, le fondement de cette valeur ajoutée reste fragile car la connaissance du rôle, des prérogatives et du champ d'action des PNR est encore approximative. Il paraît alors important de faire connaître et sensibiliser le plus grand nombre sur ce que sont et ce que recouvrent les Parcs Naturels régionaux, en particulier à un moment où les clientèles sont réceptives. Informer sur la possibilité de séjourner dans un PNR (ce n'est pas une évidence pour les prospects...) ou communiquer autour des caractéristiques propres

aux PNR permettrait de renforcer la connaissance du champ d'actions des PNR et in fine de mieux asseoir les bénéfices projetés.

Une fois le périmètre fonctionnel bien établi, la mise en avant des composantes du tourisme durable au sein des PNR permettra de répondre à l'aspiration formulée et grandissante pour un tourisme original / enrichissant, plus responsable. Les clientèles conscientes de leur impact sur les milieux naturels fragiles et qui attendent des destinations qu'elles gèrent cet aspect (maîtrise des flux, des déchets, protection de zones, jauges si nécessaire...).

#05

ACCOMPAGNER ET GUIDER LES (NOUVEAUX) VISITEURS

Séjourner dans un PNR apporte de la valeur... mais les visiteurs, notamment les nouveaux, qui découvrent un milieu naturel riche, attendent plus d'accompagnement / médiation pour

profiter au mieux de leur expérience. Il paraît opportun de leur proposer des outils de « trip planning » selon la durée du séjour et la clé d'entrée sur le séjour.

#06

REpondre AUX ATTENTES ... SANS OUBLIER LES FONDAMENTAUX !

La visite d'un PNR génère de fortes attentes de calme, de déconnexion, de proximité avec une belle nature, préservée, à la découverte de paysages grandioses avec également l'envie de s'enrichir de la culture locale. Un enrichissement personnel qui passe par la volonté de découvrir la faune et la

flore de façon guidée, de partager des moments avec les locaux ou encore de découvrir leur savoir-faire. Pour autant, les « basiques » ne doivent pas être négligés dans la construction de l'offre : un logement qui réponde aux attentes ou encore les visites culturelles restent des aspects clés.



Sommet du Puy Pariou - PNR Volcans d'Auvergne (63)

#07

LE RÔLE CLE DES SOURCES D'INFORMATION

Les prospects sont 60% à utiliser le site internet de la destination (site internet de l'Office de Tourisme) et 43% à utiliser les brochures de l'Office de Tourisme lors de la recherche d'idées de séjour.

Ce sont les 2^{ème} et 3^{ème} sources les plus influentes après l'entourage. L'offre PNR doit donc y être présente et bien visible, pour pouvoir les capter et les orienter dans un parcours touristique adapté.

#08

DEVELOPPER LA MOBILITE DOUCE

La facilité à se déplacer une fois sur place est citée par 43% des prospects : un critère qui influencerait favorablement leur choix de se rendre dans un Parc naturel régional. Une fois arrivé à destination, 36% des prospects envisagent de se déplacer à pied ; le vélo et les transports en commun ne sont pas en reste (respectivement 23% et 22% de mentions).

Une manière de communiquer sur ces options « sans voiture » pourrait s'inspirer du concept de « Nudge » qui consiste à inciter les voyageurs à faire évoluer ses comportements sans les forcer : indiquer aux futurs visiteurs l'empreinte carbone de leur voyage en fonction du moyen de transport choisi (exemple The Treep, solution de Mobility Planning pour inciter les voyageurs d'affaire à réduire leurs émissions carbone : un modèle de responsabilisation non punitif*).



Viarhona à Chanaz - PNR Massif des Bauges (73)

#09

ADAPTER LA COMMUNICATION ET LES ACTIVITES AUX SAISONS

L'étude a montré que les prospects se projettent majoritairement l'été pour un séjour dans un PNR. Néanmoins, certains parc comme la Chartreuse, le Haut-Jura ou encore le Massif des Bauges attirent fortement l'hiver. Des offres à adapter aux saisons à travers d'activités adaptées et variées : un levier

pour renforcer l'attractivité perçue et la richesse des activités de pleine nature offertes... et inviter dans le même temps à la bonne répartition de la fréquentation dans le temps. C'est aussi un moyen de faire co-exister l'hiver les activités de glisse et toute la palette d'activités de plein air.

#10

FAVORISER LA GOUVERNANCE ENTRE LES ACTEURS DU TERRITOIRE

Toutes ces mesures gagneront en efficacité, si des synergies entre les acteurs de la destination sont envisagées. Il s'agit d'associer les PNR, les Offices de

Tourisme, les professionnels du tourisme, les acteurs de l'économie locale et les habitants afin que tous puissent définir les enjeux aux bénéfices de tous.

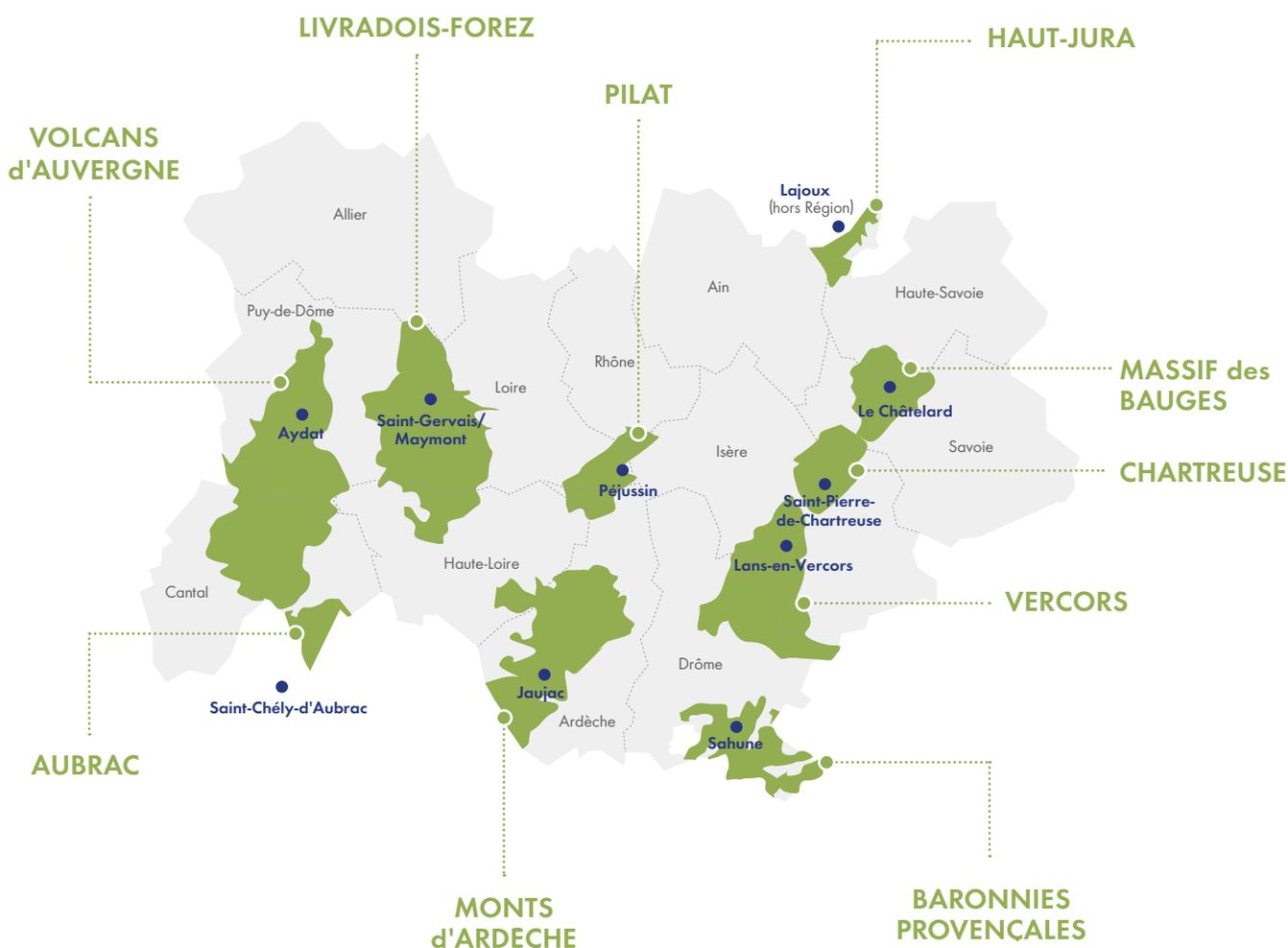
10 PARCS NATURELS RÉGIONAUX EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Intimement liés à leurs territoires d'exception, les Parcs naturels régionaux conjuguent qualité du cadre de vie et préservation des patrimoines. Tous différents, ils ont été créés autour de projets de développement écoresponsables s'appuyant à la fois sur les ressources naturelles de territoires singuliers et sur les savoir-faire de leurs habitants.

En Auvergne-Rhône-Alpes, ces espaces de moyenne montagne représentent des destinations touristiques d'excellence, reconnues pour la qualité de leurs paysages, de leurs milieux naturels, de l'offre de découverte, d'accueil et d'hébergement. Des destinations ouvertes

à tous qui invitent à la découverte de leurs terroirs, de la faune et de la flore mais aussi à la rencontre de ses habitants. Ces hommes et femmes qui agissent pour la transition vers un monde plus sobre et plus solidaire.

Les Parcs naturels régionaux constituent des destinations touristiques porteuses de sens, basées sur la rencontre avec un territoire, son histoire, sa culture et ses habitants. Un autre tourisme s'invente ici.



- Siège de la maison du Parc
- Périmètre des 10 PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes



PARC NATUREL REGIONAL

UNE MONTAGNE D'ACTIVITES ACCESSIBLES EN TOUTES SAISONS

LE HAUT-JURA

WWW.PARC-HAUT-JURA.FR


Haut-Jura

Terre de moyenne montagne, le Parc naturel régional du Haut-Jura se distingue grâce à une nature et des paysages d'une grande singularité issus de sa longue histoire géologique. Avec une forêt omniprésente ainsi que des milieux variés, ce territoire abrite une faune et une flore riches et préservées. Au gré des lacs, des rivières et des cascades, des prairies, des falaises et des tourbières, le visiteur peut avoir la chance d'apercevoir lynx, chamois, grand tetras ou encore aigle royal...

Le Haut-Jura est aussi une montagne habitée où les agriculteurs et leurs troupeaux jouent un rôle majeur dans l'entretien des paysages. Cette terre rurale est renommée pour sa production de fromages, spiritueux, salaisons et autres fumaisons que vous ne manquerez pas de goûter au cours de votre séjour. Témoins du temps qui passe, les artisans maintiennent les traditions et savoir-faire tout en restant à la pointe de l'innovation.

Terrain de jeu idéal pour tous les types de randonnées, le Haut-Jura s'habille tout

INCONTOURNABLES

- Faune et flore riche
- Fromages et spiritueux
- Randonnées, vélo
- Glisse nordique

de blanc l'hiver pour le plus grand plaisir des pratiquants des glisses nordiques qui trouvent ici un inépuisable terrain de jeu. Dès les premières fleurs du printemps, le Parc devient un territoire privilégié pour la randonnée à pied, à vtt, à cheval ou à vélo sans oublier la pause fraîcheur au bord de l'un de ses nombreux lacs naturels. Depuis l'été 2020, 30 itinéraires dédiés au vélo à assistance électrique sont à découvrir avec le « Vélo Jurassic Tours » pour une immersion garantie tout au long de la chaîne des lacs des Montagnes du Jura.



PARC NATUREL REGIONAL

L'EVASION SEREINE ET DYNAMIQUE

LA CHARTREUSE

WWW.CHARTREUSE-TOURISME.COM


Monastère de la Grande Chartreuse

Il est des lieux à part où le temps suspend son vol. Le massif de la Chartreuse est de ceux-ci.

En Chartreuse, la randonnée pédestre est reine, adaptée aux petites jambes et aux coureurs chevronnés. Des escapades qui peuvent également s'effectuer sur l'eau, dans les airs ou sous terre... les professionnels locaux sont là pour vous guider dans des

ambiances intimistes ou spectaculaires, observer la faune et flore locales, depuis la discrète vulnérable des Chartreux, jusqu'au somptueux bouquetin en passant par la subtile rosalie des Alpes.

Ici, le silence a un charme à part. A proximité du Monastère de la Grande Chartreuse, en plein cœur de forêt ou sur les alpages

INCONTOURNABLES

- Randonnée pédestre
- Escapades sur l'eau, dans les airs ou sous terre
- Réserve de faune et de flore

de la Réserve des Hauts de Chartreuse, les promeneurs apprécieront le silence pour sentir la nature en immersion complète.

Au cœur des villages, producteurs fermiers, artisans de bouche et artisans d'art, restaurateurs, animateurs, partageront avec vous l'autre volet de l'esprit Chartreux : son art de vivre et sa gourmandise. Bienvenue !



PARC NATUREL REGIONAL
SUR LES CHEMINS DE SAINT-JACQUES-DE-COMPOSTELLE
L'AUBRAC

WWW.PARC-NATUREL-AUBRAC.FR



Boralde de Saint-Chély-d'Aubrac

Les landes, les tourbières, les forêts de hêtres, les lacs et les cours d'eau jalonnent le Parc naturel régional de l'Aubrac. Il offre, de vallées en plateaux, une mosaïque de milieux et des pâturages à perte de vue soulignés par la résille des murets de pierres et les « drailles » de transhumance. Les saisons y sont marquées ; les paysages sauvages et contrastés.

S'appuyant sur les richesses patrimoniales, paysagères et géologiques du territoire, les activités de pleine nature représentent une offre importante et diversifiée sur l'Aubrac. Ce territoire, synonyme d'itinérance, se parcourt à pied, à vélo et à cheval sur les nombreux sentiers de randonnée tel que le GRP Tour des Monts d'Aubrac. L'emblématique chemin de St-Jacques-de-Compostelle (GR65), ses

INCONTOURNABLES

- Sentiers de randonnées
- Chemin de Saint-Jacques-de-compostelle
- Eaux thermales
- Gastronomie étoilée

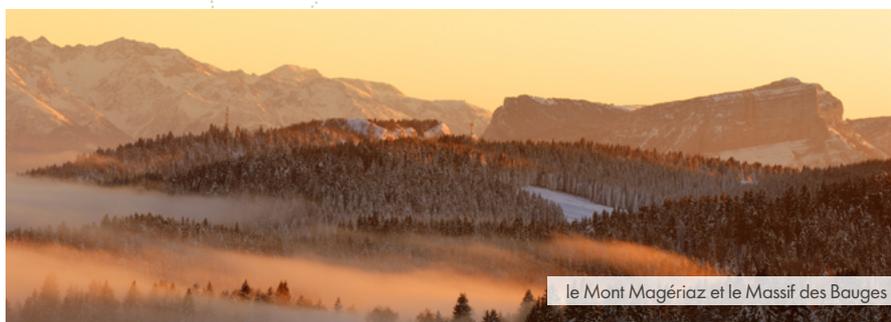
sections classées au patrimoine mondial de l'Humanité (UNESCO) sillonnent le territoire, des estives à la Vallée du Lot.

L'Aubrac c'est aussi un havre dédié au bien-être avec les eaux thermales de Chaudes-Aigues les plus chaudes d'Europe (82 °C) et à un véritable art de vivre avec sa gastronomie authentique et étoilée.



PARC NATUREL REGIONAL
UN GEOPARK, DES LACS NATURES ET DES VILLES D'ART ET D'HISTOIRE
LE MASSIF DES BAUGES

WWW.PARCDESBAUGES.COM



le Mont Magériaz et le Massif des Bauges

Au beau milieu de Savoie Mont-Blanc, le Géopark du Massif des Bauges est un Parc naturel régional de moyenne montagne, avec ses sommets et à ses pieds, les deux plus grands lacs naturels de France et leurs activités nautiques, six villes portes, dont trois villes d'Art et d'Histoire, et deux stations thermales.

En son cœur, une Réserve nationale de chasse et de faune, et une rivière sauvage ; des villages aux noms singuliers, des fermes et maisons baujues qui abritent des habitants discrets et attentifs, heureux de partager l'expérience de leur terroir : prairies fleuries et alpages pour 4 fromages AOP, vergers pour les paniers de fruits et coteaux ensoleillés et suspendus pour les vins de Savoie.

INCONTOURNABLES

- Activités nautiques
- Réserve de chasse et de faune
- Fromages AOP et Vins de Savoie
- Stations d'hiver et d'été

4 stations de montagne d'hiver et d'été pour les actifs, des plans d'eau, 500 kms de chemins de randonnée GR® et GRP®, et des belvédères pour les contemplatifs.



PARC NATUREL REGIONAL

L'ESCAPADE SENSORIELLE

LES BARONNIES-PROVENÇALES

WWW.BARONNIES-PROVENCALES.FR


Le Poet en Percip

Situé entre les Alpes et le Mont-Ventoux, en Provence, le massif des Baronnies provençales est un écrin de nature qui allie douceur de climat et paysages remarquables.

Il suffit d'une promenade sur les sentiers pour s'en rendre compte. Au détour d'un chemin, il est courant de croiser du thym sauvage, du romarin ou encore des champs de lavande. Véritables empreintes paysagères et odorantes, ces plantes font partie intégrante d'une qualité de vie préservée et représentent un art de vivre : thermes et spas, aromathérapie et produits cosmétiques de qualité.

Du nord au sud et de l'est à l'ouest, à chaque vallée son climat, ses productions

et ses spécialités. Les ambassadeurs de la gastronomie locale sont les vins, l'olive et l'huile d'olive de Nyons (la Tanche), le tilleul, le picodon, l'abricot, la cerise, l'agneau, la lavande, les herbes de Provence... Cheminer dans le Parc, c'est s'aventurer sur un sentier de saveurs authentiques et s'engager pour une escapade grandeur nature !

Les falaises offrent un cadre d'exception pour la pratique de l'escalade. Entre champs de lavande, vergers, marnes et éboulis calcaires, les Baronnies provençales recèlent une grande variété de randonnées. Marcheurs, cavaliers et vététistes s'aventureront sur un vaste réseau de sentiers.

Les montagnes du Parc se découvrent aussi par les airs : une des meilleures aérologies de

INCONTOURNABLES

- Grande variété de randonnées
- Activités pleine nature
- Gastronomie locale

France qui fait le bonheur des parapentistes et pratiquants de deltaplane.

Loin des grandes agglomérations, le ciel nocturne du Parc, d'une profondeur et d'une netteté exceptionnelle, est une invitation à la contemplation et à l'évasion. Astronomes amateurs ou chevronnés, tous trouveront, de nombreux points de vue et belvédères d'observation naturels. Les plus aventureux profiteront de la fraîcheur de la nuit pour aller se balader sous les étoiles, quand les animaux sont de sortie. Chauves-souris, chouettes, hiboux, insectes... toute une faune sauvage à (re)découvrir !



PARC NATUREL REGIONAL

UNE DESTINATION SURPRENANTE ET CONFIDENTIELLE

LE PILAT

WWW.PILAT-TOURISME.FR


Crêt de la Perdrix

A deux pas de Lyon et de Saint-Etienne, le Parc naturel régional du Pilat c'est l'évasion nature de proximité toute l'année. Territoire de moyenne montagne sur les contreforts du Massif central, on y découvre une cinquantaine de communes rurales de 140 m d'altitude à 1432 m au Crêt de

la Perdrix. Le Parc se répartit en 4 zones : la région de Condrieu, la pays du Gier, le Pilar Rhodanien et les Monts du Pilat.

La diversité des paysages, des côteaux viticoles en bordure du Rhône aux grandes forêts de sapins aux allures de Canada, offre

INCONTOURNABLES

- Diversité des paysages
- Côteaux viticoles
- Grandes forêts de sapins
- Activités pleine nature

naturellement dépaysement, ressourcement et détente. De nombreuses activités de pleine nature, de partage et de découverte sont proposées en toute saison à la rencontre des richesses patrimoniales du Pilat et de ceux qui le font vivre !».



PARC NATUREL RÉGIONAL

UNE DESTINATION DE GRANDES MARQUES

LE LIVRADOIS-FOREZ

WWW.VACANCES-LIVRADOIS-FOREZ.COM


Buron

Le Parc naturel régional du Livradois-Forez est fait de rocs et d'eaux vives, de prairies et de hautes futaies. Par d'inattendus détours, il s'ouvre sur l'infini des paysages, dévale en torrents jusqu'à la Dore, s'étend sur les côteaux de Billom et de la Comté, ou grimpe sur les monts du Forez à plus de 1 600 mètres d'altitude en cheminant par les cols de la Loge, du Béal ou des Supeyres. Là-haut, s'offrent au plus vif de l'air, les landes des Hautes-Chaumes, terres de pastoralisme et berceau de la fourme d'Ambert, l'un des cinq fromages AOP d'Auvergne.

Partout, ces paysages forment un écran idéal pour les passionnés d'activités de

pleine nature. À votre convenance, selon votre rythme, parcourez ce vaste territoire. À pied, à vélo ou à cheval, d'innombrables sentiers mènent au cœur de ces sites les plus remarquables. Un large panel d'itinéraires de randonnées (Tour de Pays, Tour à VTT, GR3, sentiers de petite randonnée) sont à votre disposition sur le site internet « Livradois-Forez Rando » rando.parc-livradois-forez.org et l'application mobile dédiée (sous Android et iOS).

Aux voyageurs épris de découvertes étonnantes, le Livradois-Forez réserve des rencontres insolites avec des Hommes et des Femmes qui détiennent, depuis la nuit des

INCONTOURNABLES

- Les monts du Forez
- Fourme d'Ambert
- Sentiers de randonnées

temps, les secrets de fabrication du papier, du tressage ou encore de tout ce qui coupe et qui tranche, dont Le Thiers® qui porte haut la renommée de la cité coutelière.

Pour les passionnés de culture, de nombreux festivals et événements sont recensés, parmi lesquels le Festival de musique de La Chaise-Dieu qui, tous les ans, enchante l'abbatiale et son patrimoine architectural, religieux et culturel internationalement connu www.chaise-dieu.com.



PARC NATUREL RÉGIONAL

DES ÂMES FORTES ATTACHÉES À LEUR PATRIMOINE

LE VERCORS

WWW.PARC-DU-VERCORS.FR


Bienveilleur de Bournon

Le Parc naturel régional du Vercors s'étend sur un vaste massif entre Isère et Drôme et bénéficie d'une subtile influence climatique montagnarde, océanique et méditerranéenne. Le territoire accueille une faune et une flore d'une diversité et d'une richesse exceptionnelles, il est également un haut lieu de culture et d'histoire notamment lié à la Résistance.

Un réseau de plus de 4 000 km de sentiers balisés permettent à tout un chacun de

découvrir de magnifiques paysages à pied, à dos d'âne, à cheval, en VTT, à vélo, ou en pratiquant d'autres sports de nature tels que l'escalade, la spéléo, le parapente...

Si le Vercors se prête à ces nombreuses activités sportives, il est aussi un lieu où chaque village a une personnalité bien à lui. Tous ont en commun l'âme des lieux où l'on vit toute l'année, où l'on aime partager ses plaisirs, sa culture et son attachement au pays. Parce que les agriculteurs et producteurs

INCONTOURNABLES

- Réserve de faune et flore
- Sentiers balisés
- Activités pleine nature
- Spécialités culinaires

ont su tirer le meilleur de ce territoire de moyenne montagne, les spécialités culinaires du Vercors sont nombreuses : le Bleu du Vercors-Sassenage, fromage emblématique du massif, classé AOP depuis 1999, la Noix de Grenoble, les ravioles, le saint-Marcellin, la Clairette de Die...



PARC NATUREL REGIONAL

DES VOLCANS À LA RENOMMEE INTERNATIONALE

LES VOLCANS D'AUVERGNE

WWW.PARCDESVOLCANS.FR


Avec près de 400 000 hectares, le Parc des Volcans d'Auvergne est le plus grand Parc naturel régional de France métropolitaine. Territoire de moyenne montagne, il se compose de cinq régions naturelles, des entités paysagères singulières et complémentaires : l'Artense, le Cézallier, les Monts du Cantal, les Monts Dômes et les Monts Dore.

Préservés, façonnés et habités par l'Homme, ses paysages de montagne sont

remarquables : volcans, crêtes, estives, lacs, forêts... De grands espaces où vivent une faune et une flore exceptionnelles. Une terre de légende, une culture et des savoir-faire vivants, un terroir généreux...

Des patrimoines exceptionnels et fragiles, ainsi qu'une vie rurale authentique caractérisant les Volcans d'Auvergne sont les piliers fondateurs du classement en Parc naturel régional, un Parc et de leur renommée internationale.

INCONTOURNABLES

- Volcans, crêtes, estives, lacs, forêts
- Faune et flore exceptionnelles
- Terroir généreux

Des femmes et des hommes (agriculteurs, artisans-pâtisseries, apiculteurs, artisans...) se sont regroupés pour porter les valeurs du Parc des Volcans d'Auvergne. Ils souhaitent avant tout proposer des produits locaux et des créations originales élaborés au cœur du territoire, en harmonie avec leur environnement et invitant à la découverte du terroir et de ses patrimoines.



PARC NATUREL REGIONAL

UN PARCOURS ARTISTIQUE ET UN SENS DE L'ACCUEIL REMARQUABLE

LES MONTS D'ARDECHE

WWW.DESTINATION-PARC-MONTS-ARDECHE.FR


Le Parc est un musée à ciel ouvert qui compte plus de 50 volcans classés à l'UNESCO en tant que Géoparc, 4 AOP, signe d'une extraordinaire richesse agricole, près de 200 types de végétations abritant 2 800 espèces, un territoire rural qui abrite 28 Maisons et musées reflets d'un patrimoine vivant, 4 000 km de sentier de randonnées et 3 000 km de rivières.

Les habitants connus pour leur sens de l'accueil guident ceux qui ont la curiosité

de s'aventurer dans cet arrière-pays de moyenne montagne, riche de ses patrimoines et fier de la diversité de ses paysages.

Une appli « Rando Monts d'Ardèche » permet de préparer ses itinéraires (randonnées pédestres, vélo et VTT). Parmi les randonnées majeures, le GR7 et le parcours artistique LE PARTAGE DES EAUX, la grande traversée VTT des Monts d'Ardèche ou les 50 km d'itinérance sur la route des Dragonnades entre le Cheylard et Privas.

INCONTOURNABLES

- 50 volcans classés à l'UNESCO
- Diversité des paysages
- Sentiers de randonnées
- Rivières

La plus belle saison pour découvrir ce territoire castanéicole est sans aucun doute l'automne, lorsque les châtaigneraies se parent de leurs couleurs dorées et que le territoire bat au rythme des Castagnades, les fêtes de la châtaigne.

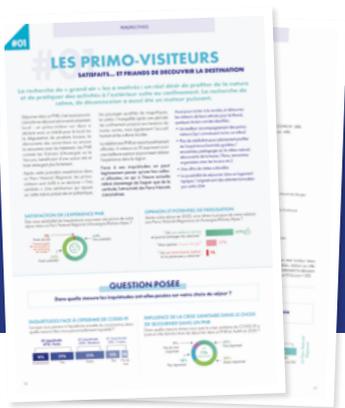
DE LA CONQUÊTE À LA FIDÉLISATION

Comment répondre aux attentes des différents profils ? Afin d'élaborer des préconisations stratégiques, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et les Parcs naturels régionaux se sont associés.

Un panel de 1130 personnes a été interrogé par TCI Research sur les points suivants :

- Notoriété des Parcs nationaux et régionaux
- Différences perçues entre un Parc naturel régional et un Parc national
- Image des Parcs naturels

Pour adapter au mieux l'analyse, 3 profils ont été spécifiés :



LES VISITEURS EXCEPTIONNELS DE L'ÉTÉ 2020

(180 répondants)

Quelles ont été leurs motivations et facteurs déclenchants ? Dans quelle mesure le séjour et l'offre ont répondu aux attentes ? Quel est le potentiel de fidélisation / recommandation à des tiers ?

LES VISITEURS RÉGULIERS OU OCCASIONNELS

(300 répondants)

Comment perçoivent-ils les spécificités d'un PNR : quels sont les bénéfices attendus lors d'un séjour ? Quels sont les motifs de satisfaction ou d'insatisfaction ? Où en sont les PNR en matière de transition écologique ?

LES PROSPECTS : DES PERSONNES QUI NE SE SONT JAMAIS RENDUES DANS UN PNR MAIS QUI NE SONT PAS OPPOSÉES À CETTE IDÉE

(650 répondants)

Quelles sont les motivations à prendre en compte ? Quels sont les freins à la visite ? Quelles sont leurs attentes en termes d'hébergements, d'activités... ?



LES TOURISTES DE PROXIMITÉ

(1 954 répondants : habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes)

Afin de compléter ce dispositif un encart spécifique a été réalisé sur la clientèle de proximité, à partir d'une précédente enquête réalisée par Kantar. Celle-ci a permis de déterminer l'image des PNR auprès des habitants de notre région.

#01 LES PRIMO-VISITEURS

SATISFAITS ET FRIANDS DE DECOUVRIR LA DESTINATION

La recherche de « grand air » les a motivés : un réel désir de profiter de la nature et de pratiquer des activités à l'extérieur suite au confinement. La recherche de calme, de déconnexion a aussi été un moteur puissant.

Séjourner dans un PNR, c'est aussi pouvoir s'enrichir en découvrant un environnement local : un primo-visiteur sur deux a déclaré avoir un intérêt pour le local via la dégustation de produits locaux, la découverte des savoir-faire ou encore la rencontre avec les habitants. Les PNR comme les Volcans d'Auvergne ou le Vercors, bénéficiant d'une saison été et hiver émergent plus fortement.

Après cette première expérience dans un Parc naturel régional, les primo-visiteurs sont 64% à se déclarer « Très satisfaits ». Une satisfaction qui repose sur cette nature préservée et authentique, les

paysages qualifiés de magnifiques, le calme / tranquillité après une période de confinement propice aux tensions de toutes sortes, mais également l'accueil humain et les cultures locales.

La relation aux PNR en ressort positivement affectée : 6 visiteurs sur 10 expriment avoir une meilleure opinion et pourraient réitérer l'expérience dans la région.

Face à ces inquiétudes on peut légitimement penser qu'une fois celles-ci effacées, l'attractivité des Parcs naturels s'amoindrisse.

Pour inciter à la revisite et détourner les visiteurs de leurs attraits pour le littoral, quelques leviers ont été identifiés :

- Un meilleur accompagnement des primo-visiteurs (qui connaissent moins ce milieu) ;
- Plus de médiation pour pleinement profiter de l'expérience (activités guidées / encadrées, pédagogie sur le milieu naturel, découverte de la faune / flore, rencontres organisées avec les locaux etc.) ;
- Une offre de visites culturelles renforcée ;
- La possibilité de séjourner dans un logement typique sont des attentes formulées par cette cible.

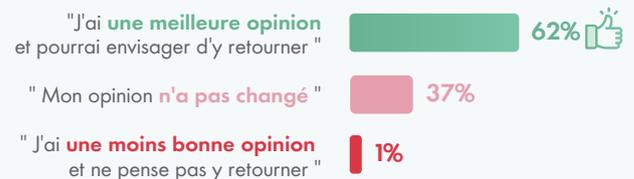
SATISFACTION DE L'EXPERIENCE PNR

Etes vous satisfait(e) de l'expérience vous avez vécue lors de votre séjour dans un Parc naturel régional d'Auvergne-Rhône-Alpes ?



OPINION ET POTENTIEL DE FIDELISATION

Après votre séjour en 2020, vous diriez à propos de votre relation aux Parcs naturels régionaux en Auvergne-Rhône-Alpes ?

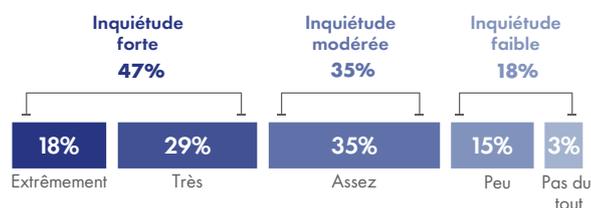


QUESTION POSEE

Dans quelle mesure les inquiétudes ont-elles pesé sur votre choix du séjour ?

INQUIETUDES FACE À L'EPIDEMIE DE CODID-19

Lorsque vous pensez à l'épidémie actuelle du coronavirus, dans quelle mesure êtes vous personnellement inquiet(e) ?

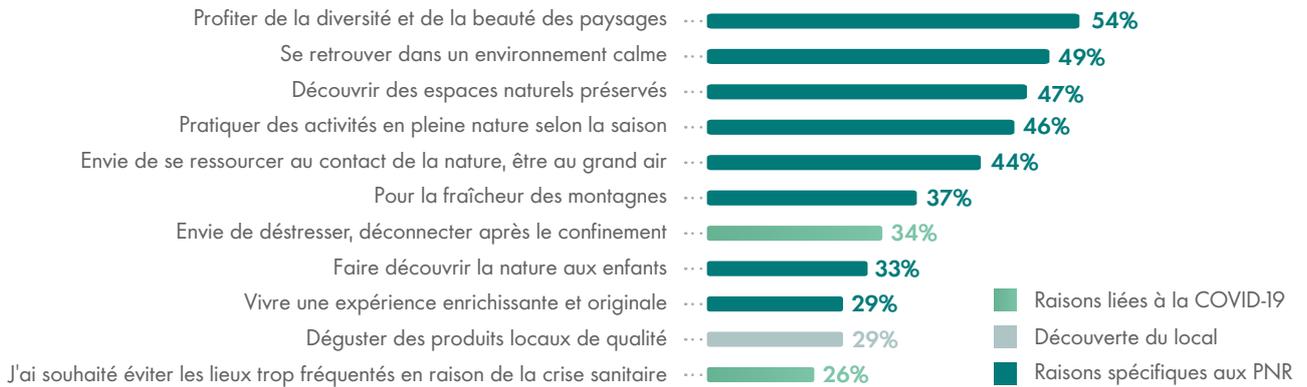


INFLUENCE DE LA CRISE SANITAIRE DANS LE CHOIX DE SEJOURNER DANS UN PNR

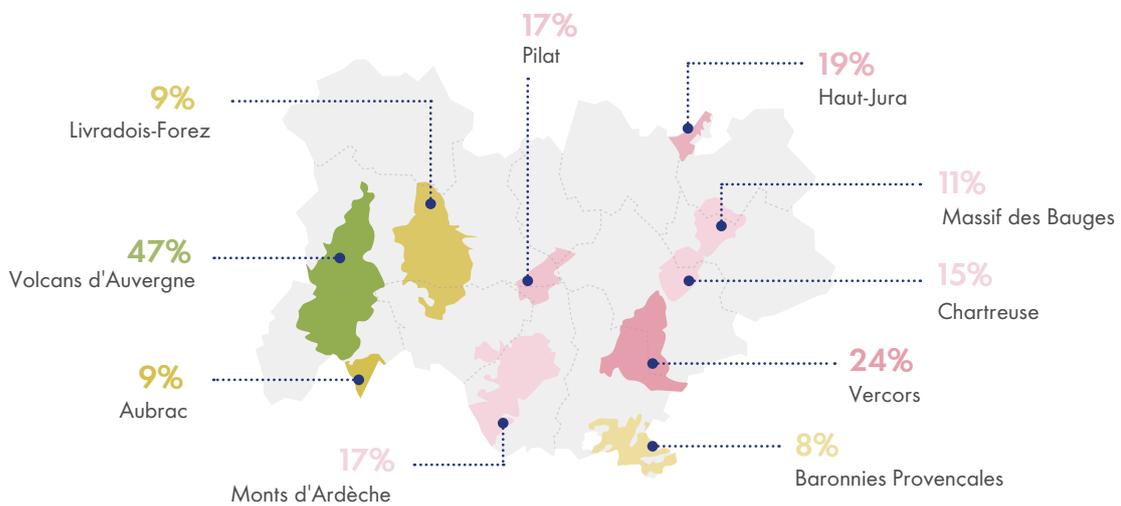
Dans quelle mesure diriez-vous que la crise sanitaire du COVID-19 a joué un rôle dans le choix de séjourner dans un PNR en région en 2020 ?



RAISONS QUI ONT INCITE AU CHOIX D'UN SEJOUR DANS UN PNR



PARCS NATURELS REGIONAUX FREQUENTES POUR LE 1ER SEJOUR EN 2020



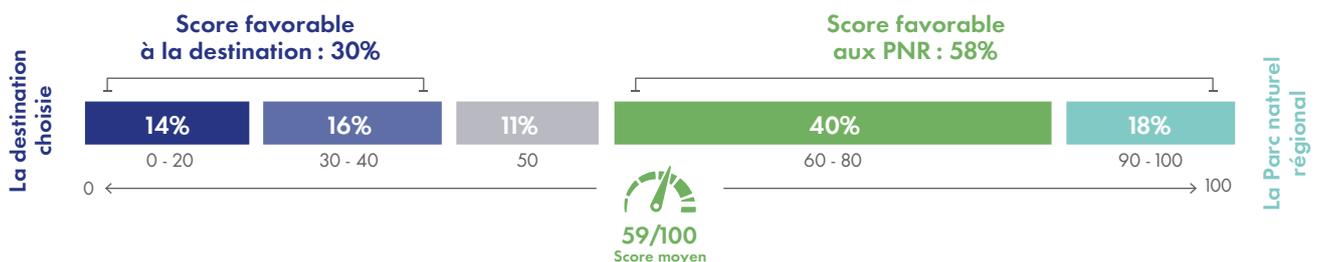
Le séjour dans un PNR en 2020 a majoritairement été influencé par le fait que la destination soit située dans un Parc naturel régional. En effet, 58% des primo-

visiteurs déclarent que le PNR a eu plus d'influence (score > 50) dans le choix du séjour que la destination choisie. Pour près d'1 visiteur sur 5, le PNR a d'ailleurs été un

réel moteur dans la décision. La destination choisie influence plus fortement la décision pour 3 primo-visiteurs sur 10 (score < 50).

QUESTION POSEE

Qu'est-ce qui a le plus influencé votre choix : la destination que vous aviez choisie ou bien le fait que la destination soit située dans un Parc naturel régional ?



#02 LES VISITEURS

MOTIVES PAR DE NOUVELLES ASPIRATIONS

Les visiteurs réguliers ou occasionnels de Parcs Naturels Régionaux sont les plus inquiets face au contexte épidémique. A l'instar des primo-visiteurs, les PNR favorisent la durabilité : 89% des visiteurs les considèrent comme des lieux favorisant une transition écologique plus rapide.

Pour eux, les éléments distinctifs d'une offre PNR, reposent sur la diversité des paysages et le respect de l'environnement. Pour eux, c'est aussi un gage de moins de foule, un élément important dans le contexte actuel et de leur forte inquiétude. Pouvoir se déplacer via les mobilités douces avoir un accès facilité au local ou avoir un panel d'activités variées font également partie des éléments de différenciation de l'offre PNR.

Leurs motivations pour séjourner dans un PNR sont en lien avec les (nouvelles) aspirations post-Covid-19 : la recherche de grands espaces, naturels et préservés, pouvoir se ressourcer en profitant du grand air, pratiquer des activités d'extérieur quelle que soit la saison. Mais

c'est aussi l'occasion de s'enrichir : profiter des richesses patrimoniales et naturelles, de paysages reconnus ou encore de découvrir les coutumes locales au travers de la dégustation de produits locaux, la rencontre avec les habitants ou la découverte des savoir-faire.

Parmi cette cible de connaisseurs, l'appellation PNR joue un rôle encore plus moteur dans la prise de décision : 72% des visiteurs de PNR déclarent que le fait que la destination soit dans un PNR a plus d'influence que la destination, station, ville choisie ! En revanche, ils attendent aussi

davantage d'informations sur le rôle des PNR, les enjeux... voire la manière de s'impliquer ou de participer à des actions collectives.

Des améliorations de l'offre sont attendues sur :

- Les hébergements : plus de logements, plus de diversité de logements, des logements plus écologiques / originaux
- La médiation : pouvoir profiter de plus de guides / accompagnateurs
- La diversité des activités
- Les déplacements doux
- Une meilleure mise en avant du local (artisanat / produits locaux).

Ils estiment que les Offices de Tourisme devraient davantage sensibiliser sur ces aspects, et proposer plus d'activités en lien avec le PNR / spécificités du territoire.

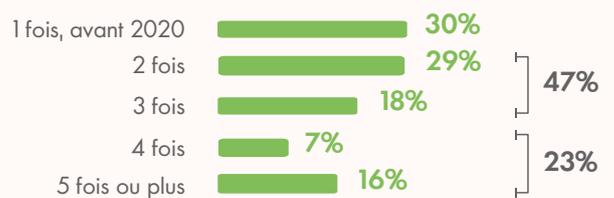
SATISFACTION DE L'EXPERIENCE PNR

Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de l'expérience que vous vivez lors de séjour(s) dans un PNR en Auvergne-Rhône-Alpes ?



FREQUENTATION DES PNR EN AuRA

Combien de fois êtes-vous déjà allé(e) dans un PNR en Auvergne-Rhône-Alpes ?

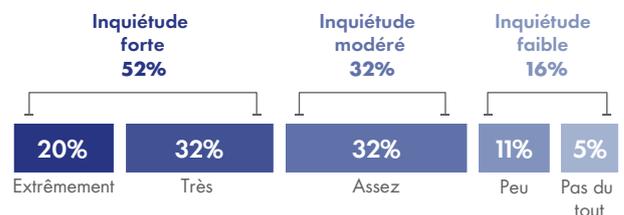


QUESTION POSEE

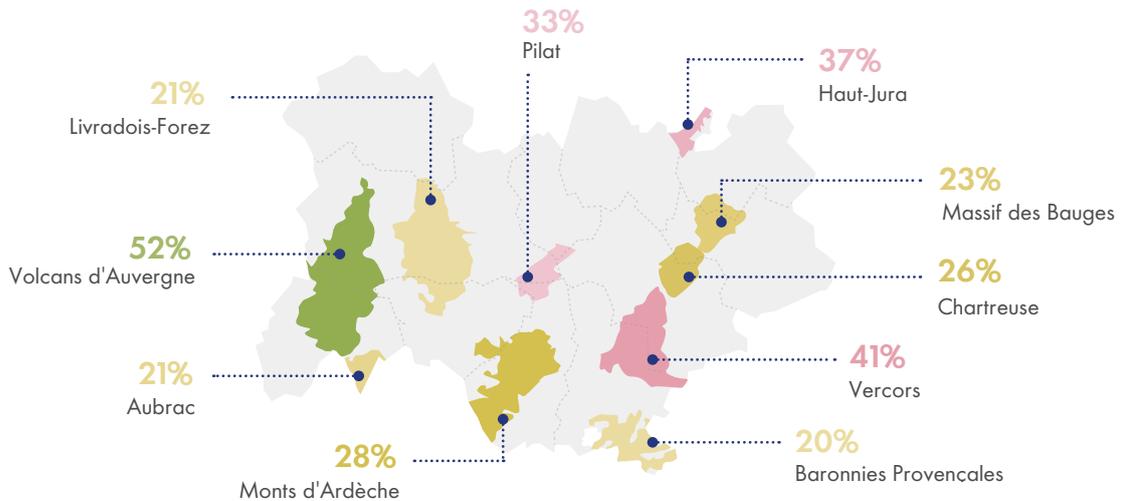
Dans quelle mesure les inquiétudes ont-elles pesé sur votre choix du séjour ?

INQUIETUDES FACE À L'EPIDEMIE DE CODID-19

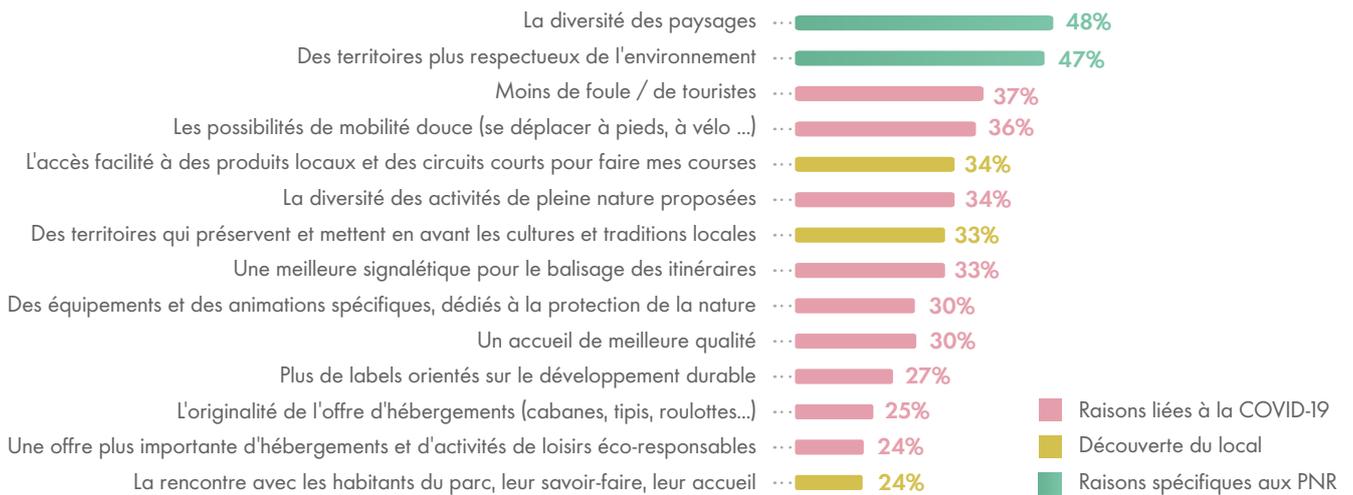
Lorsque vous pensez à l'épidémie actuelle du coronavirus, dans quelle mesure êtes vous personnellement inquiet(e) ?



PNR DÉJÀ FREQUENTES DANS LE CADRE D'UN SEJOUR

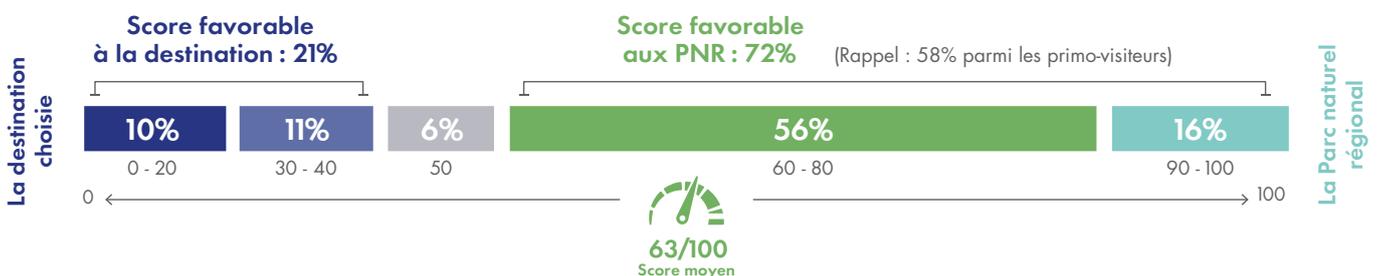


DIFFERENCE ENTRE UN SEJOUR DANS UN PNR DE LA REGION ET UN SEJOUR EN DEHORS



QUESTION POSEE

Qu'est-ce qui a le plus influencé votre choix : la destination que vous aviez choisie ou bien le fait que la destination soit située dans un Parc naturel régional ?



#03 LES PROSPECTS

ATTIRÉS PAR LA NATURE POUR SE RESSOURCER

Les prospects se montrent moins inquiets / sensibles que les visiteurs face à l'épidémie de Covid-19. Si les freins habituels au voyage sont cités (économique, manque de temps, distance...), c'est essentiellement le manque de présence à l'esprit des offres PNR qui est relevé : les prospects n'y pensent pas, voire ne savent pas que l'on peut séjourner dans un PNR !

Pourtant, pour la grande majorité (9 prospects sur 10), le fait qu'une destination soit localisée dans un PNR pourrait influencer positivement leur choix de séjourner en Auvergne-Rhône-Alpes. Un levier à utiliser pour séduire.

Un séjour dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes est associé au calme, au ressourcement, au grand air et au contact d'espaces naturels préservés ; de même, ils associent les PNR à la préservation des traditions / coutumes locales. Une soif de diversité de paysages (69% de mentions) et une cible en demande d'activités guidées de découverte de la faune / flore (58% de mentions).

Pour eux, un séjour dans un PNR serait l'occasion de vivre une expérience originale et enrichissante (94% d'accord). Des attentes sont formulées autour des visites culturelles, la rencontre organisée avec les locaux, la dégustation de spécialités locales, la visite de fermes / alpagistes ou encore la visite de marchés / fêtes / foires.

L'hébergement restera toutefois un aspect essentiel de l'offre idéale (50% de mentions). Une certaine originalité dans le logement est également recherchée (44% de mentions). La pratique d'activités de pleine nature n'est pas en reste : 92% des prospects les assimilent à l'expérience

projetée dans un Parc naturel régional, avec en tête la randonnée (70% de mentions).

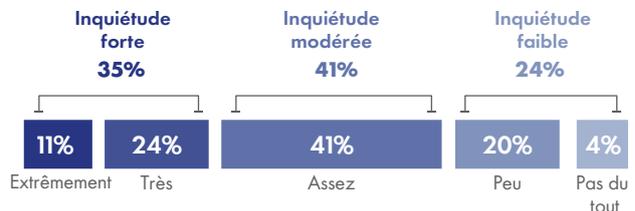
La voiture est le moyen de transport privilégié, aussi bien pour accéder à la destination (87%) que pour se déplacer une fois sur place (78%). Un mode de transport individuel qui rassure dans le contexte sanitaire actuel. 44% des prospects envisagent tout de même la mobilité douce une fois sur place, notamment en se déplaçant à pied pour 36% d'entre eux ou en vélo (23%). L'usage des transports en commun est envisagé sur place par 22% des prospects (une proportion qui monte à 27% chez les plus jeunes).

QUESTION POSEE

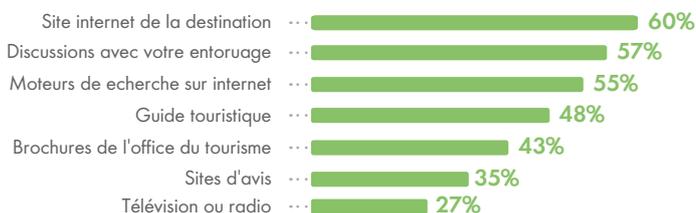
Dans quelle mesure les inquiétudes ont-elles pesé sur votre choix du séjour ?

INQUIETUDES FACE À L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19

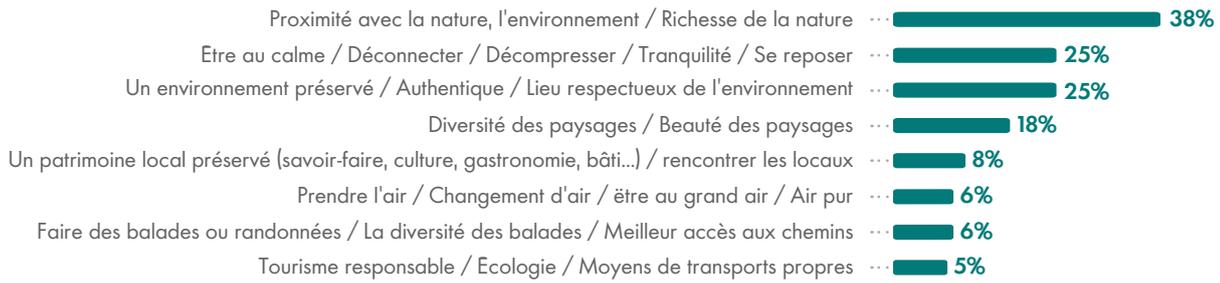
Lorsque vous pensez à l'épidémie actuelle du coronavirus, dans quelle mesure êtes vous personnellement inquiet(e) ?



SOURCES D'INFORMATION UTILISEES POUR PREPARER LE SEJOUR



BENEFICES PERÇUS D'UN SEJOUR DANS UN PNR D'AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



PRINCIPAUX LEVIERS QUI INCITERAIENT À SE RENDRE DANS UN PNR



L'IMAGE DES PNR EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

■ Tout à fait d'accord
■ Plutôt d'accord



62% | 35%

Découvrir des espaces naturels préservés



62% | 34%

Se ressourcer au contact de la nature, être au grand air



52% | 42%

Déguster des produits locaux de qualité



40% | 54%

Vivre une expérience originale et enrichissante



56% | 37%

Se retrouver dans un environnement calme



48% | 44%

Pratiquer des activités en pleine nature selon la saison



40% | 51%

Découvrir des savoir-faire locaux



41% | 45%

Passer du temps en famille / entre amis



30% | 53%

Rencontrer les habitants et découvrir leurs cultures locales



35% | 42%

Sensibiliser les enfants à la préservation de l'environnement et du patrimoine



23% | 43%

Faire un séjour en itinérance

LES TOURISTES DE PROXIMITE

Les habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes sont les premiers touristes de notre région. Forts de ce constat, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et ses partenaires ont confié à Kantar, la mise en place d'une étude afin de mettre en place une stratégie marketing dans l'objectif d'accroître le tourisme de proximité.

Les axes d'études ont été les suivants :

- #01 IDENTIFIER LES TERRITOIRES ATTRACTIFS ET LEURS LEVIERS D'ATTRACTIVITE
- #02 CERNER LES CIBLES DE POPULATIONS CONCERNEES
- #03 MIEUX CONNAÎTRE LEURS MOTIVATIONS, LEURS FREINS EVENTUELS, LEURS ATTENTES

5 Parcs naturels régionaux se sont associés à cette démarche (Bauges, Chartreuse, Vercors, Pilat et Baronnies Provençales).

Les principaux enseignements de cette étude sont les suivants :

89% des habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes pourraient envisager une excursion ou un séjour dans un PNR de la région.



une excursion à la journée



un court séjour



un long séjour

L'IMAGE DES PARCS VUE PAR LES HABITANTS DE LA REGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



78%

Dont j'ai une bonne image



75%

Idéale pour des vacances et courts séjours en famille, avec des amis



81%

Où la nature est préservée



74%

Idéale pour des vacances et courts séjours en famille, avec des enfants



62%

Qui propose des une variété de sites culturels



77%

Dépayssante



73%

Idéal pour un séjour relaxant



74%

Qui propose un tourisme respectueux de l'environnement



68%

Que je recommanderais à mon entourage pour ses vacances



69%

Un large choix d'activités sportives



55%

Qui offre un bon rapport qualité-prix



53%

Un large choix d'activités de loisirs

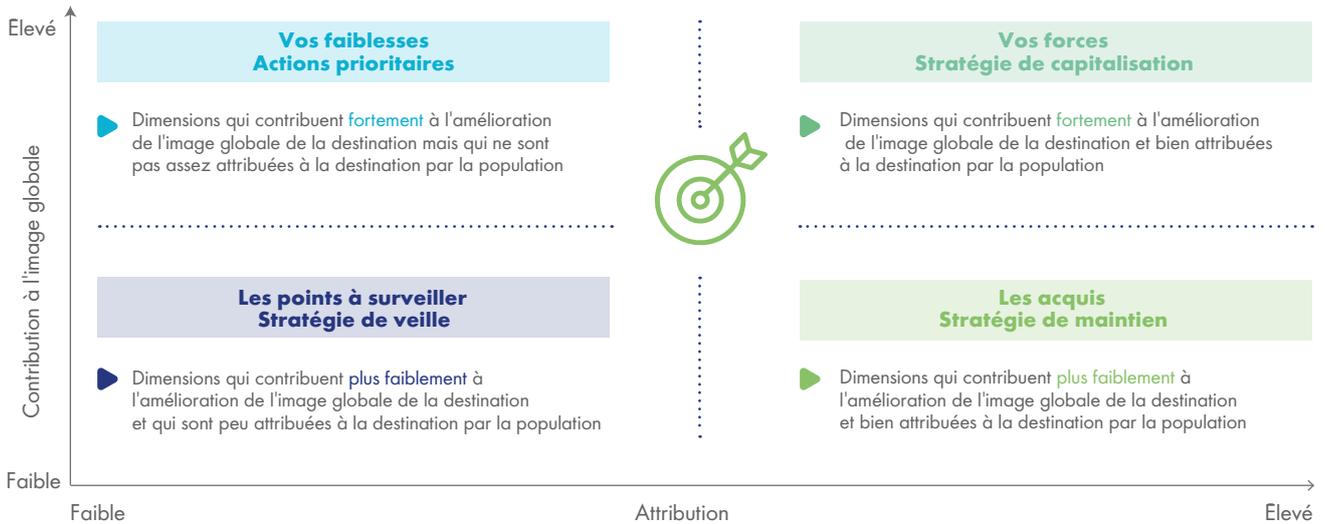


26%

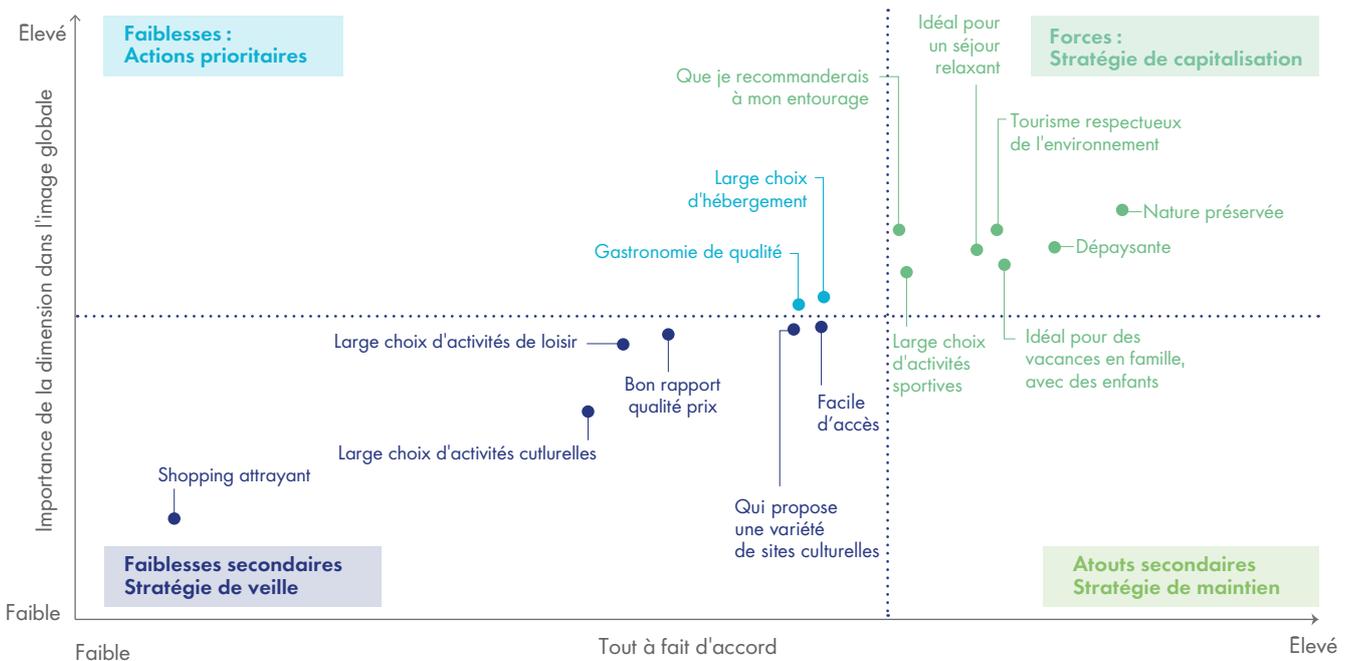
Qui propose un shopping attrayant

Afin de visualiser plus facilement les forces et les faiblesses, les atouts et les menaces dans l'opinion des habitants de la région, Kantar a construit une matrice marketing. Ainsi en haut à droite, pouvons-nous comprendre que les Parcs disposent d'atouts forts, axés autour de la nature (nature préservée, respect de l'environnement), du lâcher prise (relaxant, dépaysement), de la famille, ainsi qu'autour des activités sportives. Parmi les principaux axes possibles à renforcer : l'offre gastronomique et le choix en hébergements. Dans les faiblesses, citons le shopping, plus naturel en espace urbain, et le choix des activités culturelles.

CLE DE LECTURE



FORCES ET FAIBLESSE DE LA DESTINATION PARC NATUREL REGIONAL



Source : KANTAR

LA PERCEPTION DES HABITANTS DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX

Pendant les étés 2020 et 2021, de nombreux touristes et des visiteurs à la journée, sont venus dans les Parcs naturels de la région. Cest territoires n'avaient pas nécessairement les infrastructures et les capacités d'accueil. Comment les résidents ont-ils vécu cette situation ? Sont-ils ambassadeurs ou détracteurs du tourisme ?

Pour mesurer cet impact sur la vie des habitants des PNR, nous avons fait appel au bureau d'études TCI Research qui a créé et réalisé un dispositif standard et international visant à diagnostiquer

le niveau d'acceptation du tourisme par les résidents.

Cette enquête RSI (Resident Sentiment Index) est menée au niveau régional dans

le cadre de notre stratégie sur le tourisme bienveillant ; Nous avons donc demandé un extrait des résultats des habitants des communes des PNR en 2019 et en 2021.



LA METHODOLOGIE

Interrogation menée en automne de chaque année.

- Echantillon de **412 enquêtes menées** auprès de résidents au sein d'un PNR situé en Auvergne-Rhône-Alpes en 2021.

- **427 enquêtes menées** en 2019 (traitées rétroactivement).

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS SONT LES SUIVANTS :

En 2021, 56% des résidents déclarent que le tourisme a plus de conséquences positives que négatives soit une très légère érosion par rapport à 2019 (58%). Pour la grande majorité, les nuisances sont perçues uniquement pendant les pics de fréquentation saison estivale.

Les résidents au sein de PNR en Auvergne-Rhône-Alpes se montrent plus réservés par rapport à l'activité touristique au tourisme en comparaison avec 2019 ; l'item « Ma région doit continuer à se promouvoir pour attirer les touristes » enregistre une baisse de 6 points en comparaison à 2019 pour s'établir à 60%. Bien que toujours majoritaire, on note un ralentissement souhaité.

Depuis la crise du covid-19, l'appétence des visiteurs pour les espaces de plein air semble avoir impacté la situation du point de vue des résidents au sein de PNR : les aspects liés à la durabilité sont davantage challengés.

LES RESIDENTS AU SEIN DE PNR SE MONTRENT PARTICULIEREMENT AFFECTES PAR :



L'aspect général de la destination.

Ce score inférieur à la moyenne en 2019 (46%) se voit baisser de 7 points pour atteindre 39% en 2021.



La qualité de vie des habitants.

Les avis semblent très partagés sur le tourisme : 39% de la population ne prend pas parti. De fait l'arbitrage que l'on voit se dessiner entre l'économie et l'écologie, explique sans doute ce difficile équilibre.



L'impact du tourisme sur l'environnement.

Le tourisme est jugé comme ayant une influence négative sur la protection de l'environnement par 34% des habitants en 2021 (Vs 25% en 2019).



La propreté des espaces publics qui recule.

Une influence négative de 40% en 2021 contre 29% en 2019).

NOTE METHODOLOGIQUE



- Les indices sont calculés en soustrayant la part des influences négatives du total des influences positives.

Ex : 73 % des habitants des PNR considèrent que le tourisme a un effet positif sur l'économie locale, contre 5% d'avis négatif. Le ratio final est donc de 68%.

Evolution 2021 contre 2019

	PNR 2019	PNR 2021	DIFFERENCE (en points)
L'ECONOMIE LOCALE	68%	68%	=
L'OFFRE D'ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS	63%	67%	+4
L'AMBIANCE, L'ANIMATION	59%	58%	-1
L'EMPLOI (nouveau)	ND	57%	ND
LA PRESERVATION DU PATRIMOINE HISTORIQUE	61%	56%	-5
LES INFRASTRUCTURES	47%	49%	+2
L'ASPECT GENERAL	46%	39%	-7
LA QUALITE DE VIE DES HABITANTS	15%	14%	-1
LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	15%	4%	-11
LA PROPRETE DES ESPACES PUBLICS	1%	-10%*	-11

NUISANCES PERÇUES



LES PRINCIPALES EVOLUTIONS À SOULIGNER CONCERNENT :



Le monde et la foule

(+24 points contre 2019). La notion de perception d'affluence a nettement évolué depuis mars 2020. Le seuil de tolérance s'est abaissé.

Les résidents des PNR se sentent plutôt moins concernés par le développement du tourisme (score net de 22% Vs 37% en 2019) et semblent moins être dans le partage qu'en 2019 (score net de 51% Vs 60% en 2019).

56% considèrent que la région est prête à accueillir ses visiteurs dans de bonnes



Le bruit et les nuisances sonores

(+13 points Vs 2019).

conditions. À l'inverse, ils sont plus tempérés quant au soutien financier du secteur pour relancer l'économie (score net de 50% Vs 58% pour le total régional).

Enfin, notons que si les résidents au sein de PNR ont visiblement ressenti davantage de nuisances liés au tourisme qu'en 2019, ils se montrent particulièrement ouverts



Le prix de l'immobilier

(+7 points Vs 2019).

ou opportunités en matière d'offres d'hébergements par des particuliers par rapport à 2019 (score net de 39% Vs 21% en 2019 soit un doublement !): des résidents qui ont aussi vu l'opportunité d'accueillir des (nouveaux) visiteurs venus visiter et se « réfugier » au sein de PNR durant la crise sanitaire... et qui ont massivement privilégié des hébergements individuels

L'EXCELLENTE NOTORIÉTÉ DES PARCS NATURELS DE NOTRE RÉGION RECONNUS AU NIVEAU NATIONAL

Afin de mesurer la notoriété de nos 2 Parcs nationaux et 10 Parcs régionaux, le bureau d'études TCI Research a interrogé la clientèle française. Les résultats mettent en avant les performances de nos parcs.

LA NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DES PARCS NATIONAUX

Le taux de notoriété spontanée est le pourcentage de personnes qui citent spontanément une marque. La question posée est de la forme « Quelles sont les marques de Parcs que vous connaissez ? ».

Nos deux parcs largement en tête

Avec le Parc du Mercantour (30% des suffrages), nos 2 Parcs Nationaux, **la Vanoise** et **les Ecrins**, sont dans le trio de tête des parcs les plus connus par le grand public.



(30%)



(18%)

Les Parcs naturels régionaux

7/10

7 PNR d'Auvergne- Rhône-Alpes figurant dans le **TOP 10** des **56 Parcs régionaux** que compte la France.

Pourcentage de la clientèle touristique d'Auvergne-Rhône-Alpes qui mentionne spontanément un PNR :



Volcans d'Auvergne



Vercors



Pilat

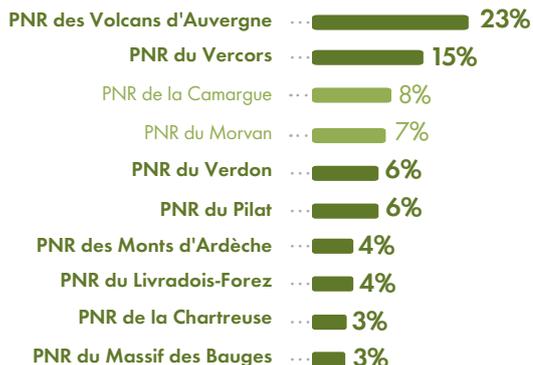


Autres

La notoriété des Parcs nationaux



La notoriété des 56 Parcs naturels régionaux



LA NOTORIÉTÉ ASSISTÉE

Le taux de notoriété assistée est le pourcentage de personnes qui disent connaître une marque présentée dans une liste ou citée par l'enquêteur. La question posée est de la forme : « Parmi ces Parcs, quels sont les Parcs de la région Auvergne-Rhône-Alpes que vous connaissez ? »

Le PNR des **Volcans d'Auvergne** bénéficie de la meilleure notoriété, connu de la majorité des répondants. Le PNR du **Vercors** arrive en seconde position.

Le PNR du **Pilat** et celui de la **Chartreuse** enregistrent des scores assez proches, suivi ensuite par le PNR de l'**Aubrac**.

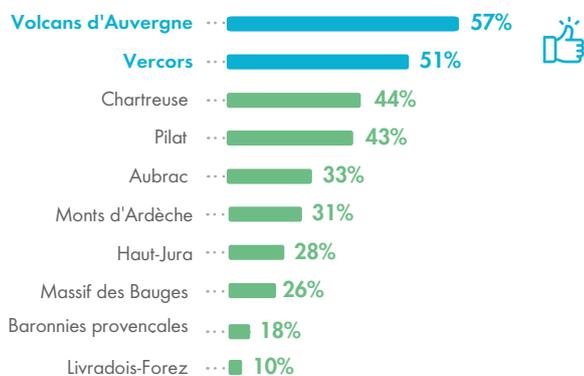


Les PNR des **Monts d'Ardèche** et du **Haut-Jura** affichent des niveaux de notoriété supérieurs parmi les clientèles régulières ou occasionnelles. C'est également le cas des PNR des **Baronnies Provençales** et du **Livradois-Forez**.

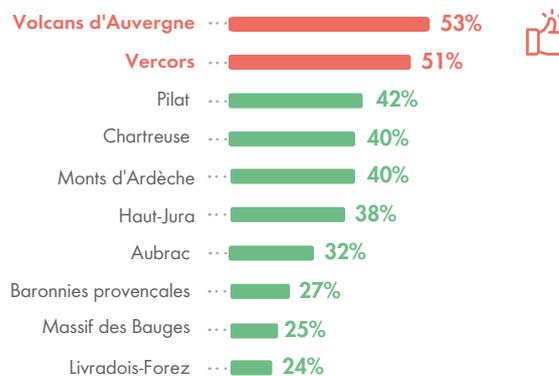
Des scores de notoriété supérieurs parmi les résidents d'Auvergne-Rhône-Alpes pour les PNR du **Vercors**, du **Pilat**, de la **Chartreuse**, des **Monts d'Ardèche** et du **Massif des Bauges**.

La notoriété des PNR par profil

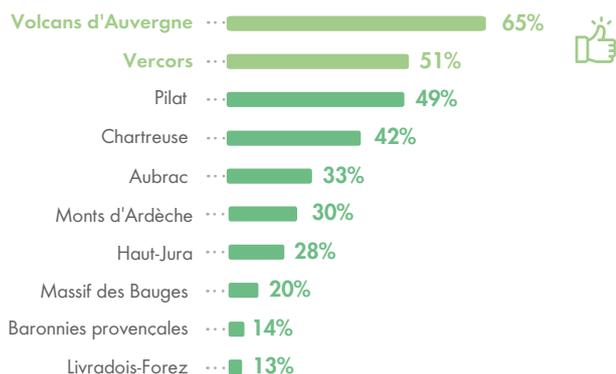
PRIMO VISITEURS



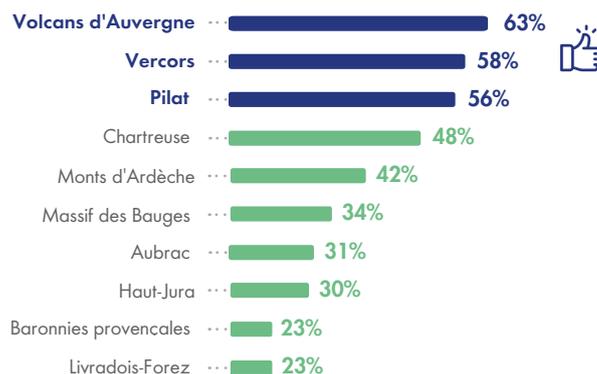
VISITEURS



PROSPECTS



RESIDENTS REGION



LA PERCEPTION DU RÔLE DES PARCS

Pour les visiteurs, c'est un sanctuaire. Ils sont demandeurs d'information sur les missions des Parcs naturels régionaux.

Les visiteurs PNR sont logiquement plus nombreux à déclarer connaître – au moins vaguement – la différence entre un Parc national et un Parc régional.

1/3 des primo-visiteurs estiment connaître la différence entre ces deux types de parcs.

1 prospect sur 2 déclare connaître la différence, au moins vaguement (56%) ; une proportion assez comparable à la clientèle intrarégionale.

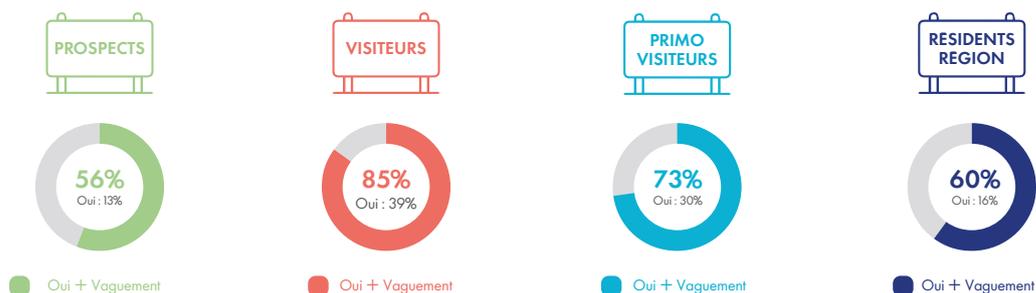
LES MISSIONS D'UN PARC NATUREL REGIONAL

Les PNR ont pour vocation d'asseoir un développement économique et social du territoire, tout en préservant et en valorisant le patrimoine naturel, culturel et paysager. Les enjeux de biodiversité sont intégrés à leurs projets de territoire. Créé à l'initiative des Régions, dans le cadre de leur compétence en matière d'aménagement du territoire, un Parc naturel régional a pour objets :



LA PERCEPTION DES VISITEURS ET DES PROSPECTS

À la question : «Connaissez-vous la différence entre un Parc national et un Parc naturel régional ?»
Les réponses par profil sont les suivantes :





DOMINIQUE VERGNAUD

Directeur du syndicat mixte du Parc naturel régional Livradois-Forez, Directeur référent tourisme au sein de la commission « Economie et tourisme » de la Fédération Nationale des Parcs naturels régionaux.

LES EXPLICATIONS DE L'EXPERT : LES DIFFERENCES ENTRE PERCEPTIONS ET REALITES

Avec l'aide de Dominique Vergnaud nous avons démêlé le vrai du faux, et ainsi que vous pourrez en juger dans le tableau de réponses, les nuances sont de mises.

Les 2 types de Parcs ont des vocations et des missions spécifiques mais qui s'exercent pour l'un et l'autre dans le cadre d'un projet collectif et partagé de développement durable du territoire : la Charte du Parc.

Un PNR n'exerce pas de pouvoir réglementaire, contrairement à un Parc national.

La création d'un Parc naturel régional (PNR) naît de l'initiative d'une Région et de la volonté des élus locaux. Le classement fait par ailleurs l'objet d'un décret ministériel.

• POUR EN SAVOIR PLUS

La charte
d'un Parc naturel régional :
www.parc-naturels-regionaux.fr



La charte
d'un Parc national :
www.parc-nationaux.fr



COMMENT DISTINGUER LES PARCS ?

	PARC NATUREL RÉGIONAL	PARC NATIONAL « CŒUR » (partie du Parc faisant l'objet d'une réglementation spécifique)	PARC NATIONAL « ZONE D'ADHESION »
Les activités de chasse et pêche sont possibles	OUI Sauf s'il existe une réglementation spécifique sur un site (ex : réserve naturelle)	NON	OUI (sauf si une réglementation spécifique l'interdit)
Il y a des habitants	OUI	OUI en lien avec les activités réglementées (agriculture, élevage, ...)	OUI
Les accès aux sites naturels sont restreints	NON Sauf s'il existe une réglementation spécifique sur un site (ex : réserve naturelle)	OUI si la réglementation spécifique le prévoit	NON (sauf si une réglementation spécifique l'interdit)
Les activités humaines sont possibles	Oui	OUI mais encadrées par la réglementation	OUI
Une logique de développement durable du territoire	OUI	OUI avec une dimension de protection plus forte donnée par la réglementation	OUI

L'ESTHÉTIQUE ENVIRONNEMENTALE : UN NOUVEAU COURANT PHILOSOPHIQUE

Quelques pages de philosophie dans une étude marketing peuvent paraître incongrues, elles sont pourtant nécessaire. Les écrivains racontent des histoires, ils provoquent ainsi l'empathie et de ce fait, facilitent la prise de décisions.

Si les insights aident à la décision, les écrivains apportent l'empathie, ce qui favorise l'action. Ils nous aident à comprendre que l'important n'est plus le sommet, mais la voie, l'itinéraire, les images que l'on ramène, l'esthétisme et la contemplation. Ainsi dans le voyage, le chemin, quelle que soit la distance parcourue, est-il aussi important que la destination ?

Cette sélection commence par Alexandre Lacroix, rédacteur en chef de Philosophie magazine. Ses propos font référence à de nombreux auteurs touchés par la beauté de la nature. Divers auteurs se suivent dans ce chapitre, de nationalités différentes (américain, japonais, français...), de différentes époques (contemporaine, Meiji, XVIII^{ème} siècle,...). Ils témoignent d'un amour universel et intemporel pour la nature.

À travers ces exemples, on s'initie ainsi à un courant philosophique jusque-là inconnu en France : l'esthétique environnementale. Une école de pensée différente de ce que l'on trouve habituellement dans la littérature philosophique. Pour la philosophe Emily Brady, « *Ce nouveau courant reconnaît que les environnements naturels ne sont pas essentiellement éprouvés comme des paysages, mais plutôt comme des environnements au sein desquels le sujet esthétique apprécie la nature comme dynamique, changeante et en évolution. Il s'agit d'une approche esthétique qui, selon ses différentes formes, puise ses racines dans la connaissance écologique, l'imagination, l'émotion et une nouvelle compréhension de la nature comme porteuse de son propre récit.* »

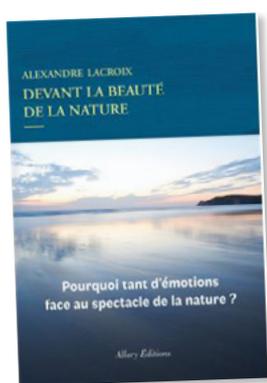
Cette vision permet aux visiteurs de dépasser le simple cadre de la carte

postale et du décor, l'environnement devient une source d'émotions, de sens, d'émerveillements et de récits.

Ce qui est affirmé ici, c'est donc que parler de perception esthétique ne vaut pas que pour l'art ou les monuments cultures : il existe une appréhension esthétique commune de l'environnement.

• POUR EN SAVOIR PLUS

www.cairn.info



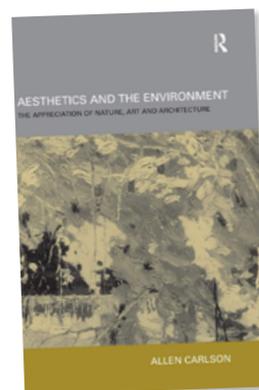
ALEXANDRE LACROIX
« **Devant la beauté de la Nature** »
recommandé par la rédaction
Allary Editions - septembre 2018

La beauté des paysages nous fascine. Un coucher de soleil, le ciel étoilé, une vallée verdoyante peuvent nous laisser muets d'admiration. Pourquoi le spectacle de la nature a-t-il autant d'effet sur nous ?

Aussi érudit que jubilatoire, cet essai permet à chacun de poser un regard plus lucide et plus émerveillé sur les paysages qui nous entourent. Un livre nécessaire, qui nous aide à renouer avec la nature, ses rythmes et sa majesté.

À mesure de la lecture, nous découvrons que notre sensibilité à la beauté des paysages est constitutive de notre humanité. Mais qu'elle est menacée. Nous ne vivons plus autant que nos ancêtres au rythme du soleil et des saisons ; nos sens s'émoussent. La modernité nous éloigne de la nature. La crise écologique est donc liée à une crise esthétique : rendue insensible à la beauté de la nature, l'humanité se sent autorisée à la saccager.

ALLEN CARLSON
« **Aesthetics and the Environment** »,
n'existe pas en français, conseillé par la
rédaction, inspiré par A. Lacroix
Routledge - 1^{ère} édition août 2005



L'esthétique traditionnelle est souvent associée à l'appréciation de l'art. Allen Carlson montre à quel point notre expérience esthétique n'englobe pas l'art mais la nature. Il soutient que la connaissance de ce que nous apprécions est essentielle pour avoir une expérience esthétique appropriée et que la compréhension scientifique de la nature peut améliorer notre appréciation de celle-ci plutôt que la dénigrer.



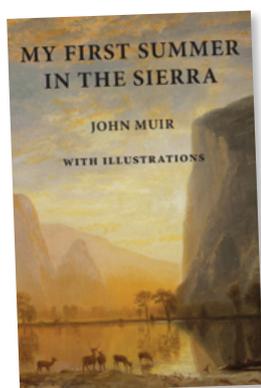
SOSEKI
« Oreiller d'herbe ou le Voyage Poétique » recommandé par la rédaction

Ph. Picquier - avril 2018

Ce texte, d'une originalité et d'une poésie absolues, est un roman-haïku. Au printemps, un jeune artiste décide de se retirer dans la montagne, loin des passions et de l'agitation de la cité. Il rencontre une jeune femme malicieuse et fantasque, rêve de peindre le tableau qui exprimerait enfin son idéal et ne réussit qu'à aligner poème sur poème !

Dans ce manifeste poétique et esthétique, profond, piquant, passionné, indigné, éblouissant, Sôseki approfondit sa méditation sur la création et la place de l'artiste dans la société moderne.

Les délicates peintures qui l'accompagnent sont issues d'une édition de 1926 en trois rouleaux où figuraient aussi le texte entièrement calligraphié.

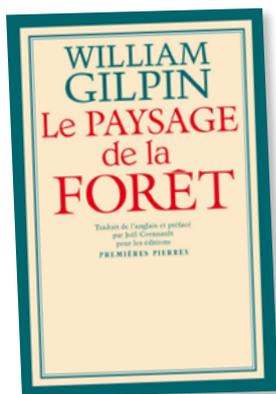


JOHN MUIR
« Un été dans la Sierra » conseillé par le Parc du Vercors

J. Missouri - octobre 2013
 (publication originale 1911)

Un livre de merveilles. « *Aussi longtemps que je vivrai, j'entendrai les chutes d'eau, le chant des oiseaux et du vent, j'apprendrai le langage des roches, le grondement des orages et des avalanches et je resterai aussi près que possible du cœur du monde. Et qu'importe la faim, le froid, les travaux difficiles, la pauvreté !* ».

Engagé une saison pour conduire des moutons en transhumance vers la Yosemite Valley, en 1869, John Muir note tout ce qu'il voit, vagabonde, bavarde avec les bergers, s'enivre de la vie au grand air, de la liberté merveilleuse des campements, le soir. Et plus il monte, plus la nature devient sauvage, plus il est envahi, bouleversé par la beauté du monde. *Un été dans la Sierra* a un ton, un rythme proprement unique, le charme inimitable des premières fois : cette découverte qu'il nous fait partager, d'une splendeur où tout, plantes, animaux, paysages, semble vouloir concourir à la même exultation.



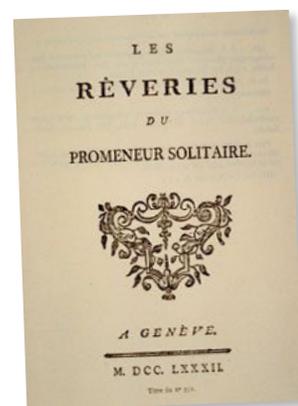
WILLIAM GILPIN
« Le Paysage de la Forêt » conseillé par la rédaction, inspiré par A. Lacroix

Premières Pierres - avril 2010
 (publication originale 1791)

Qu'est-ce qui fait la beauté d'un arbre ? Quels aspects d'une forêt nous donnent le plus de plaisir ? Voilà le sujet du *Paysage de la forêt*, paru en 1791. Son auteur, l'Anglais William Gilpin (1724-1804), était à la fois peintre, voyageur et théoricien de l'esthétique. Surtout, il fut l'un des premiers Européens à reconnaître aux formes irrégulières et noueuses de la nature, tout comme aux paysages accidentés, une beauté particulière, en rupture avec les conceptions classiques : la beauté pittoresque (NDLR: de l'anglais « picture » la photo). Il se démarquait ainsi d'un certain rationalisme conquérant, dont le jardin à la française, obsédé d'ordre géométrique, avait été l'expression achevée.

Par la suite, après de longues pérégrinations l'ayant mené des parcs des grandes demeures aux plus sombres profondeurs forestières, Gilpin entreprit d'exposer ce qui fait la « beauté pittoresque » des différentes espèces d'arbres et des divers types d'espaces boisés.

Il en a résulté un livre inclassable qui parle tant au planteur qu'au jardinier, au peintre qu'à l'érudit - et peut-être d'abord à tout promeneur aux sens éveillés. Et encore à celui qui recherche dans la nature comme la promesse d'un monde libéré des diktats de l'économie. Car tel est bien l'arrière-plan des préférences esthétiques de Gilpin : le rejet de la loi de l'utilité, du calcul et du profit.



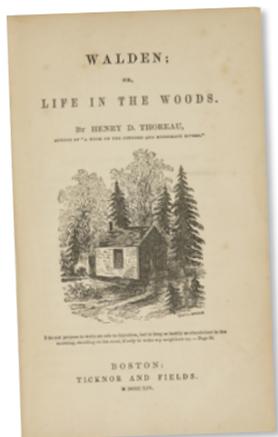
JEAN-JACQUES ROUSSEAU
« Rêveries d'un Promeneur Solitaire » conseillé par la rédaction

Publication originale 1782

Lorsqu'il commence à écrire les *Rêveries* à l'automne 1776, Rousseau est un vieil homme proche de la mort, presque pauvre, célèbre dans toute l'Europe et pourtant assuré que l'espèce humaine le rejette. Dans une solitude propice à l'introspection, si des souvenirs épars remontent maintenant à sa mémoire, c'est pour lui-même qu'il les consigne en même temps qu'il cherche à se mieux connaître et réfléchir plus largement sur les ressorts de notre esprit humain.

Mais ces méditations sont aussi des promenades où la rêverie devient expansion de l'être, où le contact avec la nature est source de bonheur dans la pure conscience d'exister.

Une nouvelle manière d'écrire s'inaugure donc, un libre parcours sans effort que la ligne mélodieuse d'une prose souvent poétique rend admirablement sensible.



HENRY DAVID THOREAU
« Walden, ou la vie dans les Bois »
 conseillé par la rédaction
 Ticknor and Fields - 1854

En 1845, Henry David Thoreau part vivre dans une cabane construite de ses propres mains, au bord de l'étang de Walden, dans le Massachusetts. Là, au fond des bois, il mène pendant deux ans une vie frugale et autarcique, qui lui laisse tout le loisir de méditer sur le sens de l'existence, la société et le rapport des êtres humains à la Nature. Une réflexion sereine qui montre qu'il faut s'abstraire du monde et de ses désirs pour devenir réellement soi-même.

Walden est un monument de l'histoire littéraire américaine à l'immense postérité.



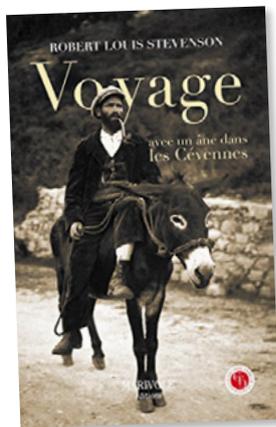
JEAN-CHRISTOPHE RUFIN
« Immortelle Randonnée : Compostelle malgré moi »
 conseillé par le Parc de l'Aubrac
 Editions Michel Guérin - avril 2013

Jean-Christophe Rufin a suivi à pied, sur plus de huit cents kilomètres, le «Chemin du Nord» jusqu'à Saint-Jacques-de-Compostelle. Beaucoup moins fréquenté

que la voie habituelle des pèlerins, cet itinéraire longe les côtes basque et cantabrique puis traverse les montagnes sauvages des Asturies et de Galice.

« Chaque fois que l'on m'a posé la question : "Pourquoi êtes-vous allé à Santiago ?", j'ai été bien en peine de répondre. Comment expliquer à ceux qui ne l'ont pas vécu que le Chemin a pour effet sinon pour vertu de faire oublier les raisons qui ont amené à s'y engager ? On est parti, voilà tout.»

Galerie de portraits savoureux, divertissement philosophique sur le ton de Diderot, exercice d'autodérision plein d'humour et d'émerveillement, Immortelle randonnée se classe parmi les grands récits de voyage littéraires.

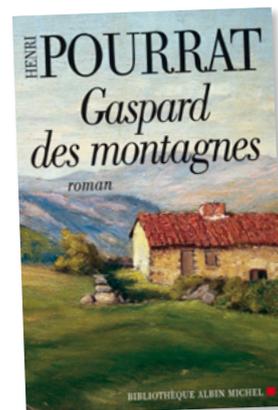


ROBERT LOUIS STEVENSON
« Voyage en âne dans les Cévennes » conseillé par le Parc de l'Aubrac

Marivole éditions - 2014
 (publication originale 1879)

Parcourir ce pays sauvage et secret, presque inchangé depuis le voyage de l'écrivain écossais en septembre 1878, du Monastier (près du Puy, en Haute-Loire) jusqu'à Saint-Jean-du-Gard (non loin d'Alès), c'est partager une approche sensuelle et poétique de la nature où le voyage dans le monde se double d'un itinéraire intérieur.

Stevenson ramena de cette marche sur le chemin des bergers, dans l'ombre encore de la guerre des Camisards, un texte devenu mythique. Les photographies de Nils Warolin restituent cette superbe traversée initiatique de douze journées d'automne au cœur des vastes plateaux volcaniques du Velay, des crêtes dénudées du mont Lozère et des vallées des montagnes cévenoles.



HENRI POURRAT
« Gaspard des Montagnes »
 conseillé par le Parc du Livradois Forez
 Albin Michel - novembre 2006
 (publication originale 1922)

Au milieu du XIX^e siècle en Auvergne, le soir au coin du feu, on raconte que les sombres forêts de sapins du Livradois hébergent autant de brigands que de loups garous. On se souvient du trésor des Grange et de l'homme mystérieux qui, sous le règne de Napoléon, avait fouillé leur maison. Il y avait perdu plus que son temps : deux doigts mutilés par Anne-Marie Grange. On se souvient de l'ombre noire de la vengeance planant ensuite sur leur domaine et de l'amour impossible et lumineux du cousin Gaspard pour Anne-Marie qu'il était venu protéger... Baigné par une atmosphère fantastique, hanté par les légendes et les mythes de l'Auvergne, Gaspard des Montagnes est le chef-d'œuvre d'Henri Pourrat.

• POUR ALLER PLUS LOIN

Patrick Ollivier-Eliott
 « Les Baronnie, Mode d'emploi d'un fragment de paradis »

Julien Arbez « Ma vie sauvage dans le Haut-Jura »

Simon Bugnon
 « L'Ardèche volcanique »

Pascal Conche, Pierre Jayet, Véronique Granger « Vercors, territoire d'exception »

Michel Jeury « Les Gens du Mont Pilat »

Frédéric Pigot « Carnet de voyage du Parc des Volcans d'Auvergne »

EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES INITIÉES EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Devenus une valeur refuge face à la crise sanitaire, les Parcs naturels doivent transformer l'essai pour faire revenir les nouveaux visiteurs et fidéliser leurs clientèles.

Les recommandations du cabinet d'études international TCI Research que nous avons présentées en première partie de ce carnet Parc naturel régionaux, prennent corps sur la réalité du terrain et les attentes des cibles identifiées.

Cette dernière partie présente des fiches pratiques co-construites avec le réseau des PNR. En effet, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, a à cœur de partager et de mettre en valeur ces bonnes pratiques.



- #01 : UN NECESSAIRE EQUILIBRE ENTRE ATTRACTIVITE ET PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT
- #02 : ALLONGER LA DUREE DE SEJOUR POUR OPTIMISER LES RETOMBÉES ECONOMIQUES
- #03 : DEVELOPPER LA DECOUVERTE DU «LOCAL» ET FAVORISER LE «PARTAGE»
- #04 : INFORMER SUR LES CARACTERISTIQUES ET LE RÔLE DES PARCS NATURELS REGIONAUX
- #05 : GUIDER ET ACCOMPAGNER LES VISITEURS POUR ENRICHIR LEUR EXPERIENCE
- #06 : REpondre AU BESOIN DE DECONNEXION SANS OUBLIER LES FONDAMENTAUX !
- #07 : RENFORCER LE DIGITAL DANS LA PHASE D'INSPIRATION
- #08 : REpondre À UNE FORTE ATTENTE DE MOBILITE DOUCE
- #09 : ADAPTER LES ACTIVITES ET LA COMMUNICATION AUX SAISONS
- #10 : FAVORISER LA GOUVERNANCE AVEC LES ACTEURS DU TERRITOIRE

#01

UN NECESSAIRE EQUILIBRE ENTRE ATTRACTIVITE ET PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

LES VISITEURS DE PARCS SE MONTRENT PARTICULIEREMENT INQUIETS FACE À L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19 (47% DECLARENT UNE INQUIETUDE FORTE CONTRE 35% CHEZ LES PROSPECTS). UNE CIBLE ANXIEUSE, QUI APPRÉCIE LA REASSURANCE D'UN MILIEU NATUREL SAIN ET PRÉSERVÉ, « VIERGE », « SAUVAGE ».

La mise en avant des grands espaces, l'air pur et de manière induite la sécurité sanitaire, la facilité à respecter les gestes barrières, notamment en famille et sans contrainte, constituent des éléments d'accroche pertinents.

Par ailleurs, les visiteurs associent les PNR à des espaces moins fréquentés : un bon point à cette période... mais une promesse difficile à tenir à certaines périodes ?

L'étude menée par TCI Research auprès des habitants des Parcs naturels régionaux (cf pages 24 et 25) démontre un nécessaire équilibre à trouver entre l'économie et l'écologie.

Pour faire face à ces flux de visiteurs et pouvoir anticiper d'éventuelles mesures correctives, le **Parc des Baronnies provençales** a installé depuis plusieurs années des éco-compteurs sur le territoire. Positionnés stratégiquement aux abords des sites fréquentés, ils permettent de relever un état des lieux de la fréquentation. Le principal résultat n'est pas tant en mesures d'aménagements (le Parc n'est pas gestionnaire de sites) mais dans la sensibilisation des élus à cette question de fréquentation touristique. Grâce aux chiffres des éco-compteurs, les élus ont pris conscience des volumes de fréquentation que cela pouvait représenter. Cela a notamment posé les bases de la dynamique éco-guides initiée en 2021.



UNE CAMPAGNE FACEBOOK AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME SUR LES REFUGES DISPONIBLES



Cette campagne avait un double objectif :

- Permettre aux visiteurs de découvrir le Parc, de s'imprégner des lieux et de partager des moments en famille ou entre amis.
- Répartir les promeneurs sur l'ensemble du Parc.

Pour le Parc, partenaire de cette communication, cela permet une meilleure gestion spatiale. Les excursionnistes pouvaient trouver l'inspiration pour prolonger leur expérience de la simple visite à la journée en séjour, ce qui se traduira par des retombées économiques optimisées pour le Parc et une empreinte carbone réduite.



LE PARC DU VERCORS : UNE VISION COLLECTIVE DE LA TRANSITION TOURISTIQUE

La stratégie et le plan d'actions du Parc ont été finalisés au même moment que se déroulait l'étude de TCI Research. Celle-ci est venue appuyer, consolider, légitimer la réflexion menée par le Vercors. Le témoignage d'Emmanuel Bosc, chargé de mission diversification touristique, chef de projet de l'espace valléen Vercors :

«Le Vercors est vaste et multifacettes, au carrefour d'influences climatiques, d'une biodiversité riche, d'une terre d'histoires où l'empreinte humaine est forte. Confronté au changement climatique, les EPCI, Office de tourisme et le Parc du Vercors se sont engagés dans une démarche de transition touristique appuyée sur le programme Espace Valléen.»

La stratégie s'appuie sur les axes suivants :

#01 | Développer une offre intégrée, aux 4 saisons, ancrée dans le territoire : enrichir les pratiques outdoor qui font la notoriété du Vercors, avec une offre liée à son goût, son terroir, ses races, son enrichissement culturel, ses histoires... un art de vivre donc.

#03 | De l'inclusion à la responsabilité, accueillir et partager la vie en Vercors

Le changement du climat, la hausse significative de la fréquentation, l'évolution des comportements, la mobilité motorisée, imposent une pression remarquable sur l'environnement et les habitants. Dans ce contexte, reconsidérer l'accueil et la relation est une nécessité.

#02 | Collaborer en complémentarité avec les stations :

le changement climatique questionne fortement l'avenir des stations de ski du Vercors, la transition passe par une adaptation progressive, mais nécessaire, de leur modèle économique existant.

#04 | Accompagner la transition de l'organisation

L'ampleur de la crise climatique (et l'irruption brutale de la Covid 19) montre l'impérieuse nécessité de construire ensemble les solutions pour protéger la qualité de vie des habitants et intégrer un tourisme soutenable.

#02

ALLONGER LA DUREE DE SEJOUR POUR OPTIMISER LES RETOMBES ECONOMIQUES

POUR LES CLIENTELES INFRAREGIONALES, LES PNR APPARAISSENT AUSSI COMME DES REFUGES POUR DECONNECTER DU QUOTIDIEN ET DE LA SEMAINE DE TRAVAIL. TOUTEFOIS, IL APPARAIT IMPORTANT DE POUSSER DES OFFRES DE SEJOUR, INCLUANT LE LOGEMENT ET EVENTUELLEMENT DES ACTIVITES BIEN-ETRE, CAR ILS SONT PLUS NOMBREUX À ENVISAGER LES PNR COMME UN BREAK « RESSOURCANT » : IL S'AGIRA DE PASSER DE L'EXCURSION AU COURT SEJOUR.

De nombreux Parcs se sont engagés dans le tourisme grâce à une offre d'hébergements permettant les séjours sur place. Ainsi, les **Parcs des Volcans d'Auvergne, des Monts d'Ardèche, du Vercors et du Massif des Bauges** ont-ils une offre en hébergements marchands leur permettant de réaliser une fréquentation entre 1 et 3 millions de nuitées commerciales. Cette offre est complétée par des résidences secondaires amplifiant l'activité touristique, tant par les nuitées qu'elles génèrent auprès de leurs propriétaires, que des parents et amis qu'ils reçoivent.

Pour quelques parcs cette activité touristique peut être optimisée. C'est notamment le cas du Parc du Pilat, situé entre les villes de Lyon et Saint-Etienne, et dont la géolocalisation favorisait l'excursionnisme.

Or nous le savons, les déplacements à la journée entraîne deux conséquences fâcheuses : une plus grande émission carbone de par les kilomètres engendrés pour une plage horaire restreinte et une moindre retombée économique pour le territoire.

Fréquentation estimée des PNR – Année 2019*

	Nuitées marchandes	Nuitées non marchandes	% non marchand	TOTAL
Volcans d'Auvergne	3 250 700	2 653 900	45%	5 904 600
Monts d'Ardèche	2 232 200	2 114 300	49%	4 346 500
Livradois Forez	662 600	2 076 600	76%	2 739 200
Vercors	1 694 700	951 200	36%	2 645 900
Massif des Bauges	1 046 700	693 700	40%	1 740 400
Baronnies Provençales	847 100	655 000	44%	1 502 100
Haut-Jura	701 300	323 500	32%	1 024 800
Chartreuse	508 400	382 900	43%	891 300
Pilat	237 600	336 800	59%	574 400

Source : METT – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme



LE PARC DU PILAT

Après une analyse de la situation touristique du territoire et un travail de concertation important, le Parc s'est engagé dans une stratégie visant à renforcer l'attractivité de la destination auprès des clientèles de proximité (principales clientèles du Pilat) mais aussi de clientèles plus ciblées (oenotourisme, produit vélo...).

Pour ce faire, la stratégie s'est développée depuis 2015 autour de **6 objectifs opérationnels** :

#01 | Promouvoir le Pilat en tant que destination Vélo

#02 | Diversifier les activités de loisirs doux

#03 | Veiller à une accessibilité de l'offre

#04 | Moderniser l'offre locale

#05 | Promouvoir les activités touristiques en lien avec les saveurs du Pilat

#06 | Attirer les clientèles de proximité



*Aubrac : non disponible – fréquentation périmètre AuRa faible

#03

DEVELOPPER LA DECOUVERTE DU «LOCAL» ET FAVORISER LE «PARTAGE»

L'ACCUEIL CHALEUREUX DES LOCAUX EST SPONTANEMENT RESTITUE PAR LES VISITEURS DE PNR EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES. DE PLUS, TOUTES CIBLES CONFONDUES, LA DECOUVERTE DU « LOCAL » EST FORTEMENT ATTENDUE LORS D'UN SEJOUR DANS UN PARC NATUREL REGIONAL : RENCONTRES AVEC LES HABITANTS, DEGUSTATION DE PRODUITS, DE SPECIALITES OU ENCORE DECOUVERTE DES SAVOIR-FAIRE. PLUS QUE L'ACCUEIL CHALEUREUX, C'EST LE PARTAGE DE SAVOIRS, DES TRADITIONS, LA TRANSMISSION À L'AUTRE QUI SONT PLEBISCITES.

La crise sanitaire a accentué cette tendance de fond pour des expériences plus authentiques, au plus proche du terroir, des hommes et des cultures locales : proposer un parcours d'immersion mettant en avant les traditions, les cultures et les savoir-faire locaux dans une offre PNR semble être un levier intéressant. Il conviendra de s'appuyer sur des locaux prêts à échanger, transmettre leur culture et partager sur leur identité pour répondre à cette promesse de séjour « enrichissant ».



LE PARC DU LIVRADOIS FOREZ



Le Parc s'appuie sur cet axe pour faire connaître ses atouts. Ainsi, une cinquantaine d'acteurs (producteurs fermiers, artisans, entrepreneurs ou commerçants) se sont-ils associés au sein d'un réseau. Ils partagent la même ambition d'exprimer au mieux les qualités du territoire sur lequel ils ont choisi de vivre et de travailler, dans une logique de proximité. Soucieux d'offrir le meilleur de leur savoir-faire, ils s'engagent dans une démarche de progrès, fondée sur le respect des personnes, des produits, de l'environnement et des paysages.



LE PARC DES BAUGES

Le massif des Bauges valorise son patrimoine naturel, ses prairies, ses Alpagnes, ses vergers et ses vignes. Chaque agriculteur travaille ici à la réalisation d'un produit dont il est fier.

Parmi tous les produits agricoles proposés aux visiteurs, un certain nombre bénéficie

d'engagements dans des démarches de qualité telles que les AOP, les IGP, ou encore l'Agriculture Biologique. Ces appellations contribuent à mettre en valeur l'origine locale des produits, la dimension humaine des exploitations agricoles et le respect de l'environnement.



INFORMER SUR LES CARACTERISTIQUES ET LE RÔLE DES PARCS NATURELS REGIONAUX

L'APPELLATION PNR A MONTRE SON IMPORTANCE, SA PERTINENCE, SA VALEUR AJOUTEE « PROJETEE » DANS LE PROCESSUS DECISIONNEL EN COMPARAISON A UNE DESTINATION QUI SE VENDRAIT « SEULE », Y COMPRIS AUPRES DES NON-CLIENTS. CELA ETANT, LE FONDEMENT DE CETTE VALEUR AJOUTEE RESTE FRAGILE CAR LA CONNAISSANCE DU RÔLE, DES PREROGATIVES ET DU CHAMP D'ACTION DES PNR EST ENCORE APPROXIMATIVE.

Il paraît alors important de faire connaître et sensibiliser le plus grand nombre sur ce que sont et ce que recouvrent les Parcs naturels régionaux, en particulier à un moment où les clientèles sont réceptives. Informer sur la possibilité de séjourner dans un PNR (ce n'est pas une évidence pour les prospects...) ou communiquer autour des caractéristiques propres aux parcs permettrait de renforcer la connaissance de leur champ d'actions et in fine de mieux asseoir les bénéfices projetés.

Une action des PNR... qui doit être relayée par les Offices de Tourisme sur place : « Quand on est passé dans un office de tourisme pour avoir des infos, on doit savoir et sentir qu'on est dans un parc naturel régional et non le découvrir après par hasard, en voyant une pancarte ! ».

La mise en avant des composantes du tourisme durable au sein des PNR permet de répondre à l'aspiration formulée et grandissante pour un tourisme original, enrichissant, plus responsable, avec des clientèles conscientes de leur impact sur les milieux naturels fragiles et qui attendent des destinations qu'elles gèrent cet aspect (maîtrise des flux, des déchets, protection de zones, jauges si nécessaire...).



LE PARC DES VOLCANS D'AUVERGNE

Le Parc a édité un guide inspiré par son expérience et son écoute-clients sur les questions suivantes : peut-on se baigner dans tous les lacs du Parc des Volcans d'Auvergne ? Ces fleurs sont magnifiques, ai-je le droit de les cueillir ? Puis-je faire du feu dans le Parc ?...



Des questions auxquelles le guide répond, non sans humour, pour accompagner les visiteurs dans leur découverte des Volcans d'Auvergne. Cette information est relayée par les offices de tourisme, il présente, grâce à des illustrations naturalistes, les milieux naturels du Parc, leur diversité floristique et faunistique ou encore les activités traditionnelles qui les façonnent.

En mai 2020, à la sortie du premier confinement, ces bonnes pratiques ont été communiquées à la presse pour diffusion auprès du grand public et déclinées tout au long de la saison à travers des posts Facebook.

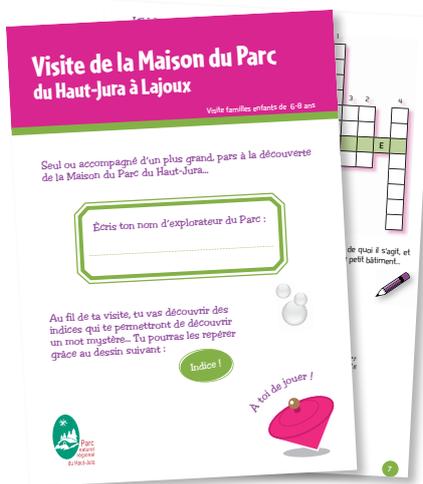


@parcvolcans



LE PARC DU HAUT-JURA

Le Parc a conçu une exposition à travers des installations ludiques, colorées, sensorielles et interactives dans la maison du Parc, pour découvrir la destination sous toutes ses facettes : ses paysages, sa faune et sa flore, ses savoir-faire et ses forêts...



Dans la salle de projection, le visiteur peut découvrir le parc avec une approche sonore : une de 20 mn révélant le territoire par ses sonorités exceptionnelles, ainsi que deux autres films de Jean-Philippe Macchioni

Un **guide de visite en famille** s'adresse plus particulièrement aux enfants de 6 à 8 ans, avec une approche ludique il leur permet de découvrir toutes les composantes d'un parc : l'agriculture, les savoir-faire, les milieux naturels et espèces.

#05

GUIDER ET ACCOMPAGNER LES VISITEURS POUR ENRICHIR LEUR EXPERIENCE

**SEJOURNER DANS UN PNR
APPORTE DE LA VALEUR ...
MAIS LES VISITEURS,
NOTAMMENT LES NOUVEAUX,
QUI DECOUVRENT UN MILIEU
NATUREL RICHE, ATTENDENT
PLUS D'ACCOMPAGNEMENT /
MEDIATION POUR PROFITER AU
MIEUX DE LEUR EXPERIENCE.**

Ainsi l'organisation de l'information semble clef ; en proposant par exemple des outils de « trip planning » selon la durée du séjour et la clé d'entrée sur le territoire : découverte de la destination, du PNR, selon la durée. Il s'agit notamment de distinguer les « incontournables » pour guider le visiteur dans sa découverte et faire co-exister l'offre PNR au sein des destinations visitées pour créer une dynamique d'ensemble. La coordination PNR / Offices de Tourisme apparaît indispensable pour porter la cohérence d'ensemble.

Au cours de l'été 2021, de nombreux parcs ont vu un afflux de nouvelles clientèles, des primo-visiteurs qui n'avaient pas nécessairement les bons comportements en montagne et qu'il faut impérativement accompagner, pour à la fois fidéliser et s'assurer qu'ils respectent les sites naturels sensibles visités.



LE PARC DU VERCORS

Confronté à ce phénomène qui a laissé des traces dans les relations entre les différents usagers des espaces naturels, EPCI, OT, Parc et la marque Inspiration Vercors ont partagé **des démarches d'actions** :

- Face aux incivilités, la communauté de communes du massif du Vercors (CCMV) a appliqué la technique du nudge, issue de l'économie comportementale, qui se propose d'influencer nos comportements dans notre propre intérêt. L'idée c'est d'« éduquer » plutôt que de punir.

« Les nouveaux touristes ont une approche urbaine de la nature », décrypte Michaël Kraemer, maire de Lans-en-Vercors.

Pour les canaliser et contrer le grand désordre des parkings sauvages et des barbecues intempestifs, la CCMV a engagé trois médiateurs et dépensé 40 000 euros.

En partenariat avec la FDOTSI et le cabinet Versant Sud, un code de bonne pratique du randonneur dans le Vercors a été rédigé et diffusé via les réseaux sociaux.



@inspirationvercors



#inspirationvercors



LE PARC DE L'AUBRAC

Le Parc a quant à lui, proposé une médiation écrite, sous forme d'affiches ou de cartes postales :



#06

REPONDRE AUX BESOINS DE DECONNEXION SANS OUBLIER LES FONDAMENTAUX !

LA VISITE D'UN PNR GÈNERE DE FORTES ATTENTES DE CALME, DE DECONNEXION, DE PROXIMITÉ AVEC UNE BELLE NATURE, PRÉSERVÉE, À LA DÉCOUVERTE DE PAYSAGES GRANDIOSES AVEC ÉGALEMENT L'ENVIE DE S'ENRICHIR DE LA CULTURE LOCALE. UN ENRICHISSEMENT PERSONNEL QUI PASSE PAR LA VOLONTÉ DE DÉCOUVRIR LA FAUNE ET LA FLORE DE FAÇON GUIDÉE, PARTAGER DES MOMENTS AVEC LES LOCAUX OU ENCORE DÉCOUVRIR LEUR SAVOIR-FAIRE. L'OFFRE PNR EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES EST CAPABLE D'APPORTER UNE RÉPONSE PERTINENTE SUR CES DIMENSIONS.

Pour autant, les « basiques » ne doivent pas être négligés dans la construction de l'offre : un logement qui réponde aux attentes (original / écologique, en phase avec les valeurs d'un PNR) ou encore la culture restent des aspects clés, notamment des prospects qui confronteront les offres PNR à d'autres types de séjours traditionnels. La promesse d'une montagne « accessible » / « facile », adaptée à tous les niveaux répondra aussi de manière pertinente aux attentes des prospects.

La culture dans les PNR

La culture est un vecteur de transmission des patrimoines mais également des valeurs liées au projet de Parc naturel régional. C'est pourquoi les Parcs agissent pour un apprentissage et un engagement de l'ensemble des acteurs et des habitants. En effet, pour vivre harmonieusement sur un territoire, il est essentiel d'en connaître l'histoire et les mentalités : l'épanouissement de chacun passe par une forme d'enracinement qui permet de partager avec d'autres et d'inventer ensemble un avenir durable.

La culture prise au sens large du terme, les arts, le patrimoine vivant, les traditions, le savoir-faire, sont des attentes fortes des visiteurs. Elle enrichit l'expérience dans un espace naturellement propice aux activités de plein air.

Afin de répondre à ce besoin, certains parcs sont engagés dans la résidence d'artistes, afin que ceux-ci soient imprégnés des lieux et créent en osmose avec le territoire.

C'est ainsi que Dimitri Vazemski (artiste) s'est engagé dans cette démarche en 2019 dans les PNR du massif des Bauges et du Vercors, avec Chiara Kirschner (chercheuse).

Ce regard croisé avait pour objectif de révéler les dimensions culturelle et

existentielle de l'itinérance, en mettant en avant la créativité.

« Le dispositif est simple. Une boîte à lettres, un alphabet complet, voyelles doublées. Amenées sur un lieu de votre choix. Et hop, soudainement voilà le pouvoir d'écrire sur le paysage. Mais écrire quoi ? Et comment dans ce moment d'écriture prendre en compte le paysage d'ici ? Entrer en résonance. Et en garder une trace. Ou pas. Un moment pas complètement dirigé afin de laisser émerger l'autonomie, l'étendue des possibles, voir apparaître la création, ledétournement ».



Pour en savoir plus :
itinerance.lettercamp.org/carnet/



LE PARC DES BARONNIES PROVENÇALES

Dans le Parc, une brigade d'éco-guides sillonnent les sites naturels fréquentés et notamment les bords des cours d'eau dans le but de sensibiliser les usagers, pas toujours conscients de leurs impacts sur la biodiversité fragile de ces milieux naturels :

barrages, feux, déchets. C'est aussi le moment pour faire découvrir la faune et la flore des Baronnies provençales. Ces binômes d'éco guides permettent aussi de dresser un bilan sur la fréquentation, les comportements et les dégradations.

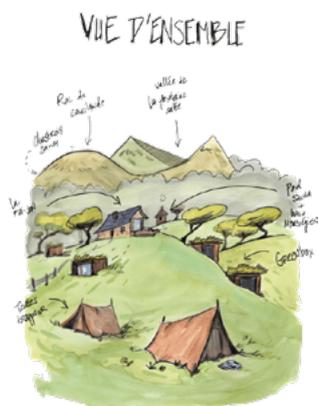
UN HÉBERGEMENT QUI REPOND AUX ATTENTES DES TOURISTES

teredhorizon-auvergne.fr

Il y a 20 ans, la clientèle cible était celle de la famille classique composée d'un couple et de deux enfants. Depuis les types de ménages se sont diversifiés, tant dans la société que dans le tourisme. Les hébergements doivent être en mesure d'accueillir des tailles variables, allant du célibataire aux groupes d'amis.

Outre une capacité modulable, les clients attendent désormais un niveau d'équipement et de confort semblable à leur foyer, et se montre attentifs à la qualité environnementale des bâtiments.

Terre d'Horizons, par exemple, répond à ces exigences. Ce projet comporte des hébergements écologiques, hybrides et éclatés en pleine nature. Une maison avec une salle commune et de restauration avec un appartement à l'étage, des tentes lodges et un pod avec un bain nordique et une cabane sauna.



RENFORCER LE DIGITAL DANS LA PHASE D'INSPIRATION

LES PROSPECTS SONT 60% À UTILISER LE SITE INTERNET DE LA DESTINATION (SITE INTERNET DE L'OFFICE DE TOURISME) ET 43% À UTILISER LES BROCHURES DE L'OFFICE DE TOURISME LORS DE LA RECHERCHE D'IDÉES DE SEJOUR. CE SONT LES 2ÈME ET 3ÈME SOURCES LES PLUS INFLUENTES APRÈS L'ENTOURAGE.

L'offre PNR doit donc y être présente et bien visible, pour pouvoir capter les prospects et les orienter dans un parcours touristique adapté.

Parallèlement, les sites d'avis ou encore les réseaux sociaux font partie des sources les plus influentes pour les prospects (respectivement 4^{ème} et 6^{ème} position sur 13 sources testées).

L'animation de ces réseaux suppose l'embauche de personnel maîtrisant ces compétences (social media manager, community manager, web content, ...) et une animation régulière de l'ordre de 3 à 4 posts par semaine pour fidéliser une communauté.

Des contraintes qui pèsent sur le budget de fonctionnement d'un Parc, d'où la nécessité de travailler en partenariat et en mutualité avec les offices de tourisme.

Piloter la e-reputation des PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes sur les plateformes d'avis et les principaux réseaux sociaux semble également un volet important pour, d'une part, promouvoir l'offre (promettre) et d'autre part pour suivre les retours d'expérience (cohérence promesse / expérience vécue). Un moyen de se rapprocher des cibles visées et de prendre la parole de manière segmentée en adressant des messages aux prospects comme aux « repeaters ». Les réseaux sociaux sont aussi un bon moyen de pousser de l'information vers les clientèles de proximité qui cherchent l'inspiration pour une sortie à la journée.



LES PODCASTS D'Auvergne-Rhône-Alpes TOURISME : UNE IMMERSION RESPONSABLE DANS LES PARCS



Au cours de l'année 2020, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'est associée au studio Tarabust pour lancer une série originale et créative de podcasts intitulés **RENAITRE ICI**.

Il suffit d'écouter pour voyager depuis chez soi avant de partir demain. Il ne s'agit pas seulement de « talks » (podcasts sous forme d'entretiens en studio) mais bien d'expériences immersives de voyages avec des captations d'ambiances, afin de mieux se projeter dans les paysages et provoquer des envies de voyage dès les premières minutes d'écoute.

LES PUBLICS CIBLES & LES ENJEUX IDENTIFIES

Déployer une large audience : les 25-45 ans, une cible urbaine, sensibles aux valeurs portées, ultra-connectée et influente.

Au-delà de cet élargissement de clientèle, cela permet aussi de rajeunir une population touristique, dans un espace qui en période estivale, souffre d'un manque de renouvellement de clientèles.

TROIS PERSONNALITES METTENT EN LUMIERE DES PARCS NATURELS DE LA REGION

Dans la forêt avec Baptiste Morizot

Cet épisode est consacré à une forêt du Parc naturel régional du Vercors en compagnie de l'écrivain, philosophe, Baptiste Morizot. On apprend avec lui à lire le paysage et les trajectoires des animaux.

Dans les fleurs des Baronnies avec Bruno Villar

À la tête de 60 ruches et de milliers d'abeilles, Bruno Villar exerce sa profession dans les Baronnies où fleuri la lavande. Avec lui, c'est le Parc naturel régional des Baronnies provençales qui se dévoile. Nous écoutons en balade les insectes et la nature qui s'éveillent. Un lien est en train de se retisser avec ces paysages et ce terroir unique, qui réveille nos envies de flâneries.

Sur la chaîne des Volcans avec Cécile Coulon

Une immersion en Auvergne, au pays des volcans, géants endormis, polis par les âges et recouverts de forêts. Une balade sur leurs flancs jusqu'au centre du cratère en compagnie de Cécile Coulon. Très attachée à sa terre natale et à la beauté sensuelle de ces paysages millénaires, cette romancière et poète puise sa force dans la course à pied et dans l'écriture. Tout est une question de rythme, de souffle. Ici, le but n'est pas d'atteindre le sommet mais d'arriver au centre...

Pour écouter les podcasts :

www.auvergnerhonealpes-tourisme.com/podcasts/#

Disponible sur toutes les plateformes d'écoute : Apple Podcasts, Spotify, Deezer...

#08

REPONDRE À UNE FORTE ATTENTE DE MOBILITE DOUCE

LA FACILITE À SE DEPLACER
UNE FOIS SUR PLACE EST CITEE
PAR 43% DES PROSPECTS
(DANS LE TOP 5) : UN
CRITERE QUI INFLUENCERAIT
FAVORABLEMENT LEUR CHOIX
DE SE RENDRE DANS UN PARC
NATUREL REGIONAL. UNE FOIS
ARRIVE À DESTINATION, 36%
DES PROSPECTS ENVISAGENT DE
SE DEPLACER À PIED ; LE VELO ET
LES TRANSPORTS EN COMMUN
NE SONT PAS EN RESTE
(RESPECTIVEMENT 23% ET 22%
DE MENTIONS).

Les options de mobilité (séjour « sans voiture »), pour accéder au PNR comme pour s'y déplacer, auraient toute leur place dans les informations à communiquer dans une offre PNR (plus jeunes / plus âgés).

Une manière de communiquer sur ces options « sans voiture » pourrait s'inspirer du concept de « Nudge » qui consiste à inciter les voyageurs à faire quelque chose... sans les forcer : indiquer aux futurs visiteurs l'empreinte carbone de leur voyage en fonction du moyen de transport choisi (exemple The Treep, solution de Mobility Planning pour inciter les voyageurs d'affaire à réduire leurs émissions carbone : un modèle de responsabilisation non punitif*).



LE PARC DU PILAT

Aux côtés du **Parc naturel régional du Pilat**, des collectivités et des professionnels, l'Office de Tourisme est engagé dans le développement d'un tourisme toujours plus respectueux des ressources naturelles du massif.

Liaisons en transports, activités et sites à visiter, bons plans et conseils : toute l'information a été communiquée afin d'inciter les visiteurs à laisser leur voiture au garage et parcourir à pied ou à vélo les paysages de **montagne** et de **nature** du Pilat !



LE PARC DE LA CHARTREUSE

Dans le Parc naturel, l'accès aux transports est une problématique majeure sur le territoire. En effet, les transports en commun ne peuvent assurer un maillage du territoire équivalent à celui dont on peut bénéficier dans les zones plus denses. La dépendance à la voiture individuelle au sein du Parc est donc très forte, engendrant par conséquent des impacts

non négligeables sur l'environnement et pénalisant les plus vulnérables dans la réalisation de leurs déplacements.

Fort de ce constat, le Parc et ses partenaires ont souhaité façonner de nouvelles solutions de mobilité propres aux caractéristiques et aux besoins des territoires ruraux de moyenne montagne.

Ces solutions bénéficient aux résidents et aux habitants :

- **Les transports en commun** : le Parc est desservi par plusieurs lignes de bus.
- **L'autopartage** avec la solution Citiz Coopérative grenobloise et pionnière dans le domaine.
- Une solution **covoiturage** dédiée aux événements personnels ou professionnels est disponible et très facile d'utilisation.
- La **location** de vélos, de VTT, de vélos à assistance électriques (VAE)
- **L'autostop** entre voisins pour les trajets du quotidien avec Rezo Pouce.



LE PARC DU HAUT-JURA

Sous les effets cumulés du changement climatique et de la tendance au « retour à la nature » accentuée en période post-covid, ... les lacs et cascades connaissent une fréquentation croissante très impactante sur les milieux.

Face aux enjeux de la maîtrise et de la meilleure diffusion des flux, de la réduction de la part modale de la voiture pour accéder aux sites, le Parc et les collectivités locales concernées ont imaginé une

nouvelle offre répondant aux attentes fortes des habitants, des touristes et des excursionnistes en matière d'itinéraires à vélo, faciles, sécurisés et accessibles au plus grand nombre.

Baptisé « Jurassic Vélo Tours » c'est un réseau d'une quarantaine d'itinéraires tout spécialement adapté à la pratique du vélo à assistance électrique et reposant uniquement sur des tronçons existants qui a vu le jour en 2020.



LE PARC DU VERCORS

Dans un contexte où accéder au Vercors et y circuler est un défi, le PNR s'engage pour améliorer ses solutions de mobilité avec :

- Structurer l'accès cyclo et pédestre depuis les gares TGV de Grenoble et Valence-Romans
- Un schéma de définition des services cyclo à l'échelle Vercors
- Des expérimentations de transport à la demande depuis les 2 gares TER du Trièves
- Développer l'accès et la lisibilité des informations liées aux différentes mobilités.

Les objectifs :

- **Mieux articuler l'offre et la mobilité**
- **Organiser les connexions douces depuis les villes portes du Parc et les communautés d'agglomération ou métropoles proches.**

ADAPTER LES ACTIVITES ET LA COMMUNICATION AUX SAISONS

L'ETUDE A MONTRE QUE LES PROSPECTS SE PROJETTENT MAJORITAIREMENT L'ETE POUR UN SEJOUR DANS UN PNR. NEANMOINS, CERTAINS PNR COMME LA CHARTREUSE, LE HAUT-JURA OU ENCORE LE MASSIF DES BAUGES ATTIRENT FORTEMENT L'HIVER.

Des offres / contenus à adapter aux saisons à travers des activités adaptées et variées : un levier pour renforcer l'attractivité perçue et la richesse des activités de pleine nature offertes et inviter dans le même temps à la bonne répartition de la fréquentation dans le temps. C'est aussi un moyen de faire co-exister l'hiver les activités de glisse et toute la palette d'activités de plein air.



LE PARC DU VERCORS



Le PNR a souhaité répartir les flux sur l'année plutôt que de concentrer l'activité sur les cœurs de saison hiver et été. Cela se traduit par les actions suivantes :

- Proposer aux stations une approche complémentaire : devenir des portes d'entrée du territoire, de sa découverte aux 4 saisons, en se reconnectant à leurs patrimoines naturel et culturel, et en valorisant l'art de vivre du Vercors.
- Créer 6 carnets de voyage Inspiration Vercors pour transmettre l'art de vivre, le ressourcement et l'enrichissement personnel proposés par ceux et celles qui vivent ici. Un support de promotion pour découvrir un Vercors à vivre aux 4 saisons, au fil de ses routes historiques.



Pour consulter ces carnets :
[inspiration-vercors.com/
carnets-de-voyage](https://inspiration-vercors.com/carnets-de-voyage)



LE PARC DES MONTS D'ARDECHE



En automne, une saison habituellement assez calme pour le tourisme, le Parc des Monts d'Ardèche et 11 villages organisent les Castagnades des Monts d'Ardèche (22ème édition en 2021) et réservent un programme aux parfums et aux saveurs châtaigne : marché de producteurs locaux, randonnées gourmandes dans la châtaigneraie, rencontres avec des castanéiculteurs, jeux pour les enfants, menus castagnades dans plus de 30 restaurants du Parc et animations de rues...



LE PARC DE LA CHARTREUSE

Le Parc et ses partenaires travaillent à un tourisme 4 saisons basé sur les valeurs du slow tourisme et de l'écotourisme : un tourisme de proximité, non délocalisable, respectueux de son territoire et de ses visiteurs. Cela se traduit par les actions suivantes :

- Le déploiement d'activités de pleine nature 4 saisons,
- La valorisation de patrimoines remarquables.

Signalons également, la mise en place d'une boutique de souvenirs éthique, responsable et locale, et la valorisation et la promotion des offres eco-responsables (rubrique dédiée sur chartreuse-tourisme.com). Une boîte (made in France, qui pourra être réutilisée) avec une vingtaine

d'offres à expérimenter en Chartreuse. Par exemple : une sortie accrobranche, un atelier cosmétique, une randonnée insolite, une nuit en chambre d'hôtes, un repas au restaurant, une croisière sur le lac d'Aiguebelette, un cours de ski, et bien d'autres !



La boîte à expérience Chartreuse
chartreuse-tourisme.com/destination/le-blog/noel-boite-a-experiences

#10

FAVORISER LA GOUVERNANCE AVEC LES ACTEURS DU TERRITOIRE

LA GOUVERNANCE LOCALE DU TOURISME CONCERNE LES ACTEURS, LEURS RELATIONS, LES STRUCTURES ET LES PROCESSUS DE COORDINATION.

FACE À DES INTERETS ET PREOCCUPATIONS PARFOIS DIVERGENTS, L'OUVERTURE AU DIALOGUE PAR LA GOUVERNANCE PERMET DE CONSTRUIRE DES STRATEGIES CONVERGENTES.

Plusieurs problèmes de coordination sont particulièrement centraux pour cette gouvernance :

- Entre acteurs publics et privés ;
- Entre acteurs locaux et extérieurs ;
- Entre acteurs au sein même du secteur tourisme, et notamment entre les différents niveaux territoriaux d'action publique dans le tourisme ;
- Entre acteurs de secteurs différents et potentiellement complémentaires (tourisme, environnement, agriculture, culture, ...) ;
- Entre acteurs sectoriels et territoriaux.



LE PARC DE LA CHARTREUSE

Dans le Parc, cette étude sera diffusée à la fois auprès des élus et acteurs socioéconomiques de la destination, issus – on non- du secteur touristique : acteurs environnementaux, du monde agricole, forestier, habitants, ...

Les enseignements (attentes et besoins des clientèles) pourront servir de support à la rédaction d'articles sur le site web de la destination, un article a déjà été rédigé en ce sens : « 9 raisons de choisir un Parc naturel régional pour ses vacances ».



LE PARC DES BARONNIES PROVENCALES

Dans le parc, plusieurs actions favorisent le dialogue et la construction stratégique avec les acteurs du territoire :

- Réflexion avec intercommunalités et les communes pour proposer une offre alternative de rafraîchissement, limiter l'accès à des sites fréquentés, proposer un service de navettes...
- Travail conjoint avec les offices de tourisme pour élaborer des offres de séjours tourisme durable. Ceux-là communiquent ensuite auprès des clientèles cibles.
- Animation d'une stratégie territoriale de déploiement du tourisme durable sur l'ensemble des Baronnies provençales dans le cadre du programme Espace Valléen 2021-2027.
- Le parc entame une réflexion autour de la capacité de charge de ses sites fréquentés qui nécessitera une coopération territoriale.



LE PARC DE L'AUBRAC

Le Parc est à cheval sur l'Aveyron, le Cantal et la Lozère. L'Aubrac est une destination unique et cohérente pour le visiteur. Faire travailler ensemble les acteurs des 3 départements et des 8 Offices de tourisme est donc une mission première.

Depuis sa création en 2018, le Parc a impulsé un travail de collaboration entre les acteurs au-delà des frontières départementales. Une stratégie touristique

commune a été construite : 40 actions à réaliser dans les 3 années à venir, elle sera suivie par une commission. Un Pôle pleine nature a été créé, répartissant un panel d'activités 4 saisons entre les 5 stations de sports d'hiver et d'été du massif. Un Guide touristique unique pour l'ensemble du massif de l'Aubrac a été diffusé. Un site www.rando-aubrac.fr structure l'offre de randonnée et en assure la promotion.



LE PARC DU VERCORS



Le Parc du Vercors a fait le choix d'une démarche collective en créant une marque de territoire, «Inspiration Vercors», qui favorise la collaboration entre EPCI, OT et PNRV et qui fédère les acteurs du territoire.

LES PARCS NATURELS REGIONAUX

EN OFFRANT À
SES VISITEURS DES
ACTIVITES DE PLEINE
NATURE ET UNE
DISTANCIATION
SOCIALE FACILITEE, LA
CRISE A RENFORCE
L'ATTRACTIVITE DES
PARCS NATURELS
REGIONAUX.

Ces parcs représentent plus de 25 % de la superficie de la région et concerne 22 % des communes, soit environ 11 % de la population régionale.

Les Parcs naturels régionaux ont pour vocation d'asseoir un développement économique et social du territoire, tout en préservant et valorisant le patrimoine naturel, culturel et paysager.

Cette double affirmation traduit un paradoxe, des tendances divergentes, auxquels la réponse pourrait être « Comment mieux accueillir les visiteurs ? »

Pour répondre à cette question, les Parcs naturels régionaux et Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme se sont associés afin d'œuvrer ensemble pour le développement d'un tourisme bienveillant, durable et harmonieux.

Dans le cadre de cette collaboration, une étude a été réalisée par TCI Research auprès de différentes clientèles (les visiteurs, les prospects, les primo-visiteurs et les clientèles de proximité) pour connaître l'image des Parcs en tant que destination eco-touristique.

8 Parcs ont été partenaires de cette étude : Volcans d'Auvergne, Baronnies provençales, Chartreuse, Haut-Jura, Livradois-Forez, Massif des Bauges, Monts d'Ardèche et Vercors.



Retrouvez toutes nos éditions techniques :
pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

PARTENAIRES D'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

