



Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

2012 - 2016

Schéma du Tourisme Durable 2012-2016

Décembre 2011



Sommaire

1. Préambule.....	2
2. Projet de Parc naturel régional des Préalpes d'Azur	3
3. Méthodologie adoptée	6
4. Territoire d'application de la charte européenne du tourisme durable.....	8
5. Diagnostic touristique du territoire	11
6. Stratégie de tourisme durable 2012 – 2016	37
7. Programme d'actions 2012 – 2016.....	41
8. Glossaire.....	69

1. Préambule

Le projet de Parc naturel régional des Préalpes d'Azur devrait obtenir le label Parc naturel régional en mars 2012, par décret ministériel. Le périmètre du futur Parc naturel régional est déjà déterminé. Il se répartit sur 45 communes de l'ouest des Alpes Maritimes. Les documents fondateurs du Parc, qui sont d'une part la charte, document stratégique qui détermine les axes stratégiques et actions du Parc sur 12 ans, et, d'autre part, le plan de Parc, qui représente de manière cartographique les enjeux du territoire et le diagnostic de territoire, ont déjà été réalisés de manière concertée.

Nous souhaitons, dès lors que ces documents stratégiques ont été réalisés, présenter la candidature du Parc au volet 1 de la CETD.

Le but du « Schéma de tourisme durable 2012-2016 du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur » est de formaliser la volonté générale de penser et d'assurer un tourisme durable plus respectueux pour les Préalpes d'Azur. Aussi, ce schéma a été construit en cinq grandes parties :

- Un résumé sur le projet de Parc naturel régional des Préalpes d'Azur ;
- une note explicative sur la méthodologie adoptée ;
- le territoire d'application de la Charte européenne du tourisme durable ;
- le diagnostic touristique du territoire ;
- la stratégie de tourisme durable 2012-2016, déclinée en 5 axes stratégiques ;
- un programme d'actions opérationnelles réparties selon les axes stratégiques.

Ce document stratégique a été pensé et élaboré en concertation avec les hommes et les femmes qui « font » ce territoire. Aussi, il manifeste la volonté des acteurs du territoire de concevoir un tourisme plus durable sur les Préalpes d'Azur. Il matérialise également la prise de conscience collective des habitants, des professionnels et des acteurs locaux de la grande valeur patrimoniale naturelle, humaine et environnementale du territoire.

2. Projet de Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Historique

La démarche de création du Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur (PNR) a été amorcée en 1992 par des élus locaux, sur un projet de développement territorial sur les cantons de Saint Auban et de Coursegoules.

Après analyse de divers outils pour leur territoire, une sollicitation a été portée auprès du Conseil Régional PACA qui a réalisé en 2004, une étude d'opportunité de la création d'un Parc naturel régional. Le périmètre pertinent a été défini et agrandi. Sur ce territoire fragile des Préalpes de Grasse et de la vallée de l'Estéron aux patrimoines naturels, culturels et paysagers exceptionnels, la création de ce PNR apparaît comme l'outil de gestion le mieux adapté, permettant de marquer ce territoire d'un label reconnu au niveau national et de donner un projet de territoire durable à cet espace.

En 2007, le Syndicat Mixte de préfiguration est créé. Dans une concertation totale avec tous les acteurs, le Syndicat Mixte a élaboré le diagnostic territorial et le projet de Charte et de Plan du Parc.

Principales caractéristiques du territoire

- 47 communes adhérentes au Syndicat Mixte (dont 45 communes ayant approuvé la Charte du Parc), 4 communautés de communes, 2 communautés d'agglomération, la communauté urbaine Nice Côte d'Azur, la Région PACA et le département des Alpes-Maritimes
- 100 000 ha environ et 32 000 habitants
- Le territoire de moyenne montagne des Alpes-Maritimes, entre un littoral urbanisé et la haute montagne
- Historiquement un territoire d'agriculture, lié à l'industrie du parfum de Grasse
- Une biodiversité exceptionnelle en France
- Des paysages impressionnants (clues, gorges, grands plateaux) et des villages perchés de caractère
- Le château d'eau du littoral, avec une eau globalement de très bonne qualité
- Avec près de 18000 moutons, 1600 chèvres, 370 bovins, 1300 ruches et 36 % des pâturages du département, c'est une des plus grandes zones pastorales des Alpes-Maritimes.

Des fragilités

- Des communes rurales en déclin démographique au nord, avec un déficit de services et d'activités économiques et une migration des jeunes et des actifs
- Une pression urbaine au sud qui amène un développement résidentiel avec un risque de mitage de l'espace et de bouleversements sociologiques
- Des migrations pendulaires domicile-travail importantes
- Une régression toujours présente de l'agriculture et du pastoralisme, qui a pour conséquence la fermeture des milieux et donc la perte de biodiversité, de qualité du cadre de vie et l'augmentation du risque incendie.

Des opportunités

- La proximité des pôles d'innovation (Sophia-Antipolis, plaine du Var)
- Une continuité avec les autres PNR, le Parc National du Mercantour et le Parc italien Alpi Marittime, donc un territoire inclus dans la trame verte et bleue régionale
- Un tourisme principalement « excursionniste » comme levier économique possible
- Un bassin de clientèle potentielle considérable pour les produits agricoles et artisanaux sur le littoral

Le stade d'avancement du projet

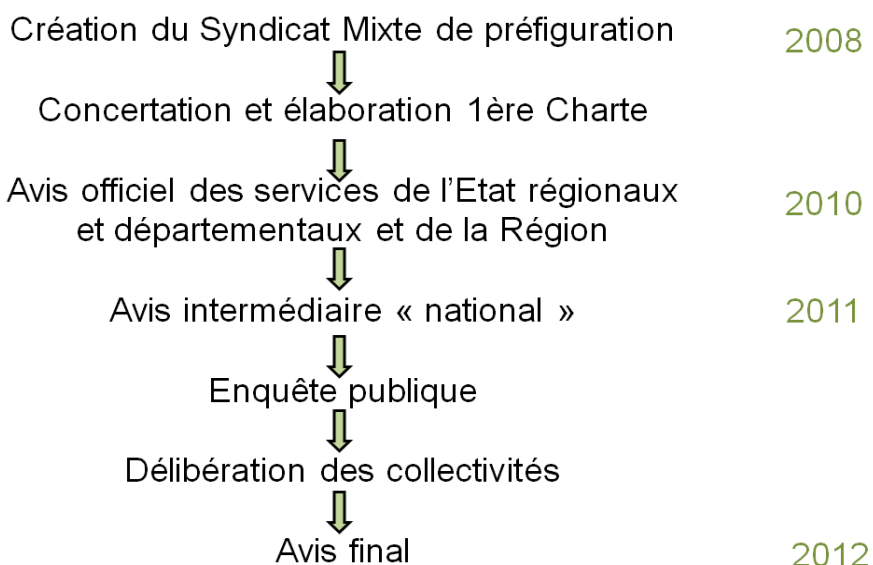
Après une **concertation importante** (60 réunions réunissant près de 2000 personnes), la création de l'association des Amis du Parc avec 180 adhérents, de l'association des Agriculteurs du Parc, du Conseil de Développement et du Conseil Scientifique, un projet de Charte et de Plan de Parc a été élaboré.

L'avis intermédiaire des instances nationales (Fédération des PNR, Conseil National de Protection de la Nature, ministère de l'Écologie) a été obtenu en décembre 2010.

D'avril à mai 2011, le projet a été soumis à enquête publique et un avis favorable sans réserve a été émis. Le vote des collectivités s'est ensuite déroulé d'août à décembre 2011 avec une sollicitation d'avis final des instances nationales et de **décret de classement pour début 2012**.

D'importants dispositifs de participation des habitants et des acteurs du territoire ont donc été mis en place.

STADE D'AVANCEMENT DU PROJET DE PNR



Le projet de Charte du Parc

Il a été choisi de structurer la Charte par des axes mêlant étroitement préservation des patrimoines et développement durable.

Axe 1 - Fédérer les acteurs du territoire autour de la protection et de la gestion de l'exceptionnelle biodiversité et du paysage des Préalpes d'Azur

Il y est mis en évidence le lien étroit entre préservation de la biodiversité, maintien de l'agriculture et gestion exemplaire de l'eau et des milieux aquatiques.

Axe 2 – Permettre le développement d'un territoire exemplaire, solidaire et dynamique

Cet axe insiste sur le maintien des activités de services et de l'artisanat en lien avec l'urbanisme et l'aménagement du territoire.

Axe 3 – Consolider l'identité du territoire par la valorisation des patrimoines

Le troisième axe définit la stratégie de valorisation des patrimoines naturels, culturels et paysagers comme levier de développement durable du territoire.

Axe 4 – Positionner l'homme comme acteur du projet de territoire

Le quatrième axe est crucial, car il dessine les modalités d'intervention du PNR qui vont conditionner la réussite des objectifs cités dans les axes précédents.

La création d'un Parc Naturel Régional dans les Alpes-Maritimes est, pour les acteurs et les élus locaux des Préalpes d'Azur, un outil de développement durable indispensable du territoire. Cependant, ce projet nécessite de longues étapes et procédures administratives. Afin de pouvoir maintenir la dynamique et la motivation des acteurs du projet, il a été décidé de mettre en place des actions de préfiguration qui soient fédératrices. La Charte européenne du tourisme durable est l'une d'elles.

3. Méthodologie adoptée

La méthodologie de travail repose sur l'application de concepts de participation, d'échange et de partage d'expériences, en laissant une large place à la concertation. Aussi, dans le cadre des travaux menés pour la création du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur et pour son programme d'actions détaillées qui en découle, comme le schéma de tourisme durable 2012-2016, le Parc a mis en application cette méthode, le résultat ainsi obtenu est le fruit d'un travail collectif reposant sur la prise en compte des enjeux locaux.

Le processus de concertation dans le cadre de la Charte du Parc

Dans le cadre de la création du Parc naturel régional en 2012, le syndicat mixte de préfiguration s'est entouré de ses partenaires pour la réalisation du diagnostic de territoire partagé, de la charte du Parc, qui correspond aux objectifs à 12 ans et aux axes d'actions, ainsi qu'aux actions à mettre en place, en déterminant les priorités et les engagements de chacun des partenaires.

De manière opérationnelle, la charte a été déclinée, avec le travail commun de l'équipe technique, des commissions de travail et du conseil de développement, en un programme d'actions détaillé et opérationnel à 5 ans pour la partie tourisme – éducation – culture.

Aujourd'hui, la Charte du Parc, fruit de nombreuses années de concertation, est partagée par tous les acteurs du territoire. Ce texte fondateur explique aussi quelles sont les orientations choisies en matière de tourisme sur le territoire, et présente les actions prioritaires sur 12 ans. Le schéma de tourisme durable repose sur cet acquis.

La partie tourisme de la charte du Parc comporte 3 articles sur le tourisme, qui ont leur logique entre eux. Pour la Charte européenne du tourisme durable, nous avons ressenti le besoin de valoriser des aspects plus transversaux. Le tourisme étant une thématique très transversale, on a donc recoupé la partie tourisme avec d'autres thématiques, d'où la présence de 5 axes dans la stratégie de tourisme durable 2012 -2016.

Les instances de décision et de consultation du Parc

Le mode de fonctionnement du syndicat mixte du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur est basé sur des processus de décision ouverts et une concertation régulière associant largement les acteurs du territoire.

- Les élus locaux et les autres membres statutaires se regroupent au sein d'assemblées délibérantes, le comité syndical et le bureau syndical. Ces instances se prononcent et votent toutes les décisions relatives au fonctionnement du syndicat mixte. Elles veillent également au respect des engagements pris dans le cadre de la Charte du Parc.

- Une assemblée consultative, le Conseil de Développement Parc, réunit les différents acteurs de la société civile (acteurs socio-économiques / personnes qualifiées, associations citoyennes, culturelles et environnementales, habitants). Organe de réflexion, de conseil et de proposition, cette instance contribue à alimenter les débats sur la politique générale menée par le Parc.
- 4 commissions thématiques et techniques, dont une consacré au « **tourisme durable – éducation et culture** » émettent des avis et des propositions sur les actions menées afin d’orienter et d’éclairer les décisions du comité et du bureau syndical.

La Commission tourisme, éducation et culture ou le « forum de la Charte européenne du tourisme durable »

La commission de travail fait office de « forum de la charte européenne du tourisme durable » et constitue un préalable à la mise en place de la stratégie de tourisme durable sur le territoire, prérequis indispensable pour la préparation de la candidature du Parc au volet 1 de la CETD.

Considérant que le tourisme durable est un « tout » qui doit s’envisager globalement et en transversalité avec les autres missions du Parc, il nous est apparu évident que le forum du tourisme durable corresponde à la commission « tourisme, éducation et culture ».

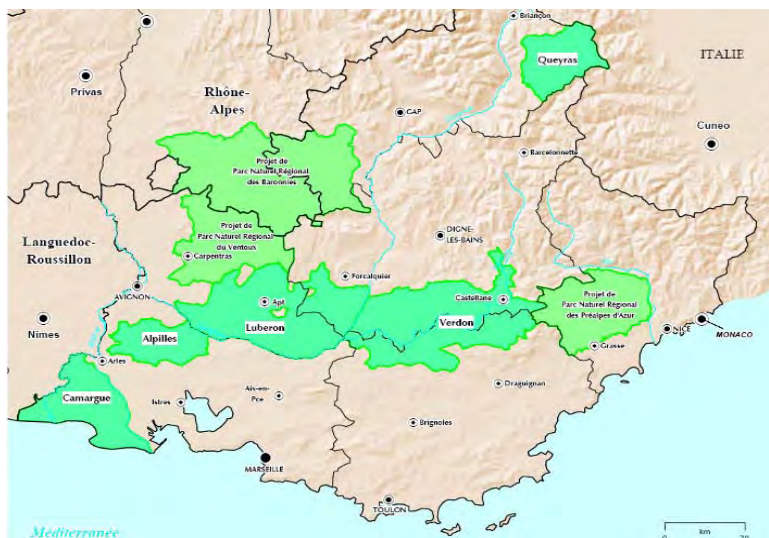
Ce groupe est composé de différents acteurs, professionnels, établissements d’accueil et de découverte et organismes institutionnels (CRT Riviera, CG des Alpes Maritimes, CR PACA), mais également à des habitants et des acteurs appartenant à d’autres secteurs d’activités pouvant interagir avec le tourisme sur le territoire (agriculteurs, associations de protection de la nature...). Le but est en effet d’intégrer dans la démarche, un grand nombre de personnes et de susciter l’émulation en confrontant les idées et en les enrichissant par la diversité des acteurs représentés.

Il est prévu que la commission se réunisse **deux fois par an environ**, afin d’accompagner la mise en œuvre de la stratégie et du programme d’actions, de dresser un bilan sur les avancées et les problèmes rencontrés. D’autre part, et selon les besoins exprimés ou ressentis, des groupes de travail réduits peuvent se réunir sur des thématiques plus précises afin de constituer ponctuellement un groupe de travail opérationnel sur une thématique ciblée.

Par ailleurs, afin d’inscrire les actions du Parc dans l’échange avec d’autres territoires et de s’enrichir de leur vision et de leur expérience, le « Forum » accompagnera la mise en œuvre des volets 2 et 3 de la CETD, dans le cadre de la démarche « interParcs » engagée au niveau régional avec les cinq PNR actuels de la région Provence-Alpes-Côte d’Azur (Camargue, Alpilles, Luberon, Queyras et Verdon), mais également avec d’autres espaces européens.

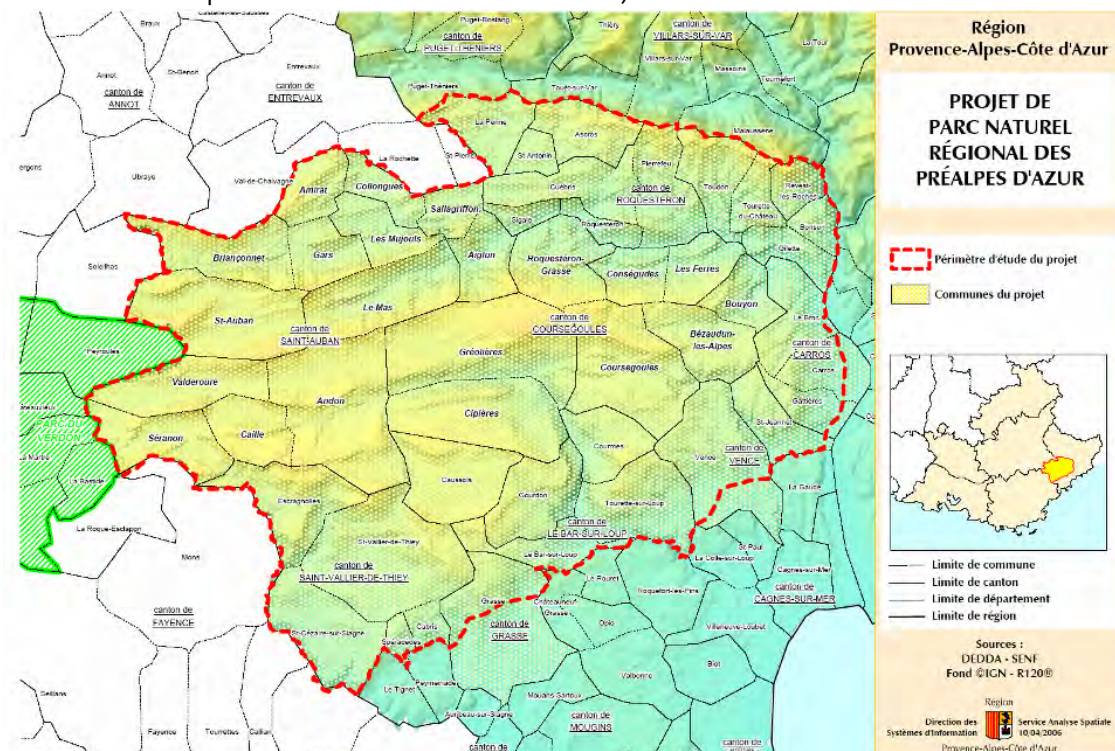
4. Territoire d'application de la Charte européenne du tourisme durable

La Charte européenne du tourisme durable s'applique sur la totalité du territoire du Parc et peut aussi s'inscrire dans des contextes plus globaux. En effet, si l'on observe la carte régionale de la répartition des espaces naturels, on observe que le Parc naturel régional des Préalpes d'Azur se situe dans la continuité des autres Parcs. Camargue, Alpilles, Luberon, Verdon et Queyras ainsi que le Parc national du Mercantour, sont déjà engagés au titre du volet 1 de la CETD. Ainsi, les Préalpes d'Azur se construisent dans une logique de connexion avec les partenaires et les autres territoires afin de développer et d'intensifier des relations de coopération.



Les limites du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

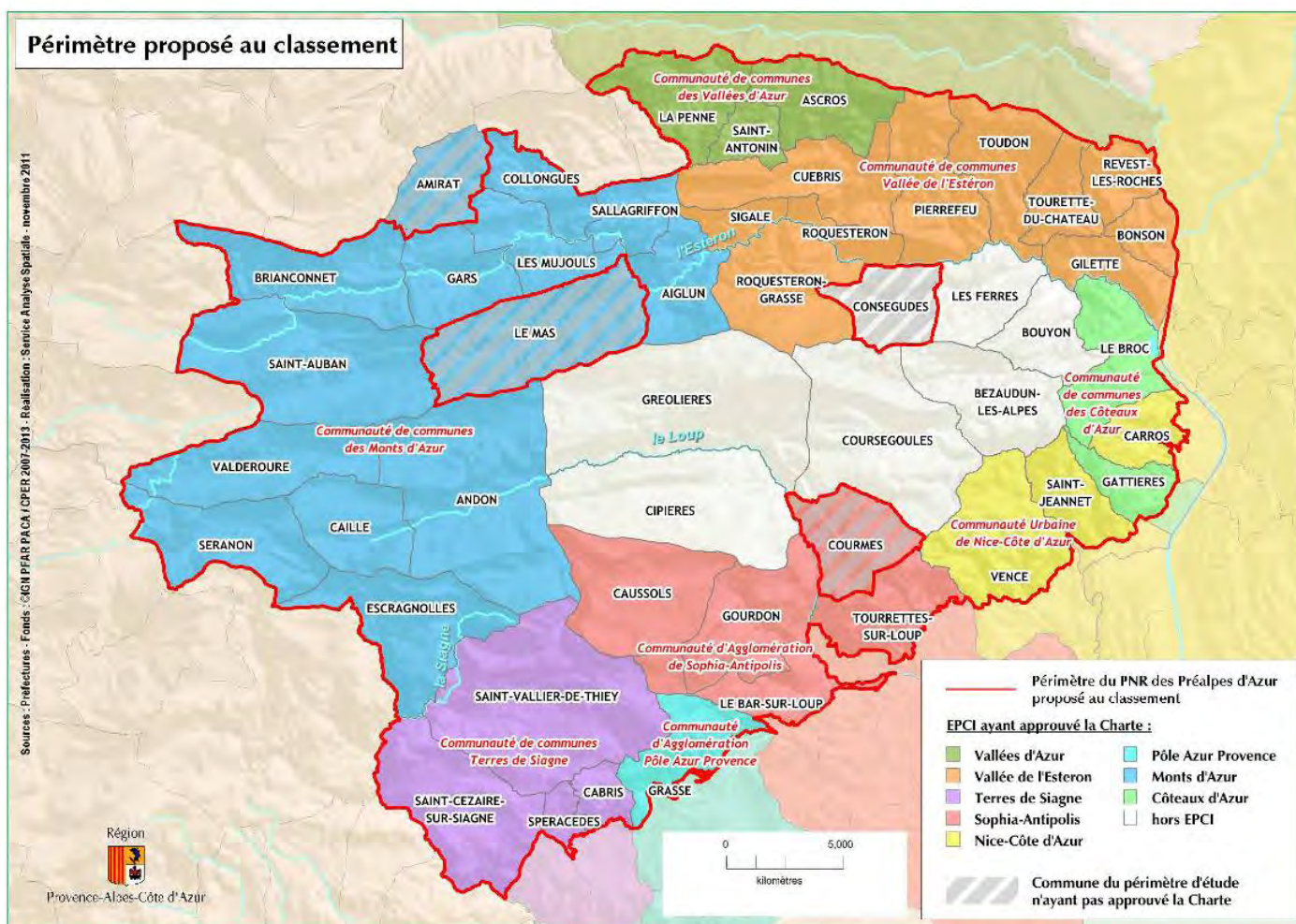
Le territoire se trouve dans les Alpes Maritimes et s'étend sur 45 communes (les communes signataires de la Charte en tant que communes adhérentes au Parc.)

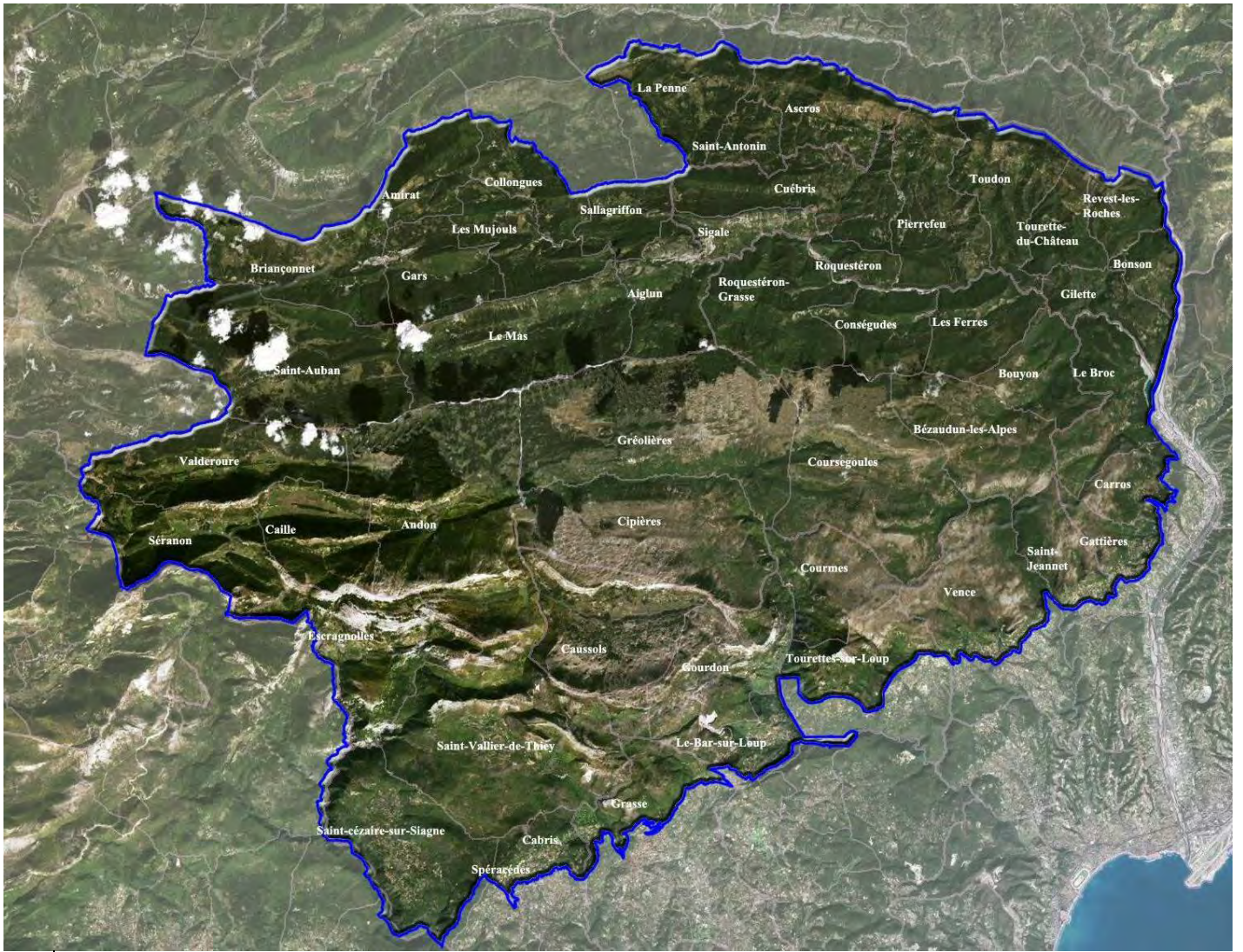


Carte des communes du territoire du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Le territoire du Parc comprend l'intégralité des communes de Aiglun, Andon, Ascros, Le Bar sur Loup, Bezaudun-les-Alpes, Bonson, Bouyon, Briançonnet, Cabris, Caille, Caussols, Cipières, Collongues, Coursegoules, Cuebris, Escragnolles, Les Ferres, Gars, Gillette, Gourdon, Gréolières, Les Mujouls, La Penne, Pierrefeu, Revest-Les-Roches, Roquestéron, Roquestéron-Grasse, Saint-Antonin, Saint-Auban, Saint-Cézaire sur Siagne, Saint-Vallier-de-Thiery, Sallagriffon, Séranon, Sigale, Spéracèdes, Toudon, Tourette-du-Château, Valderoure, et pour partie, les communes de : Le Broc, Carros, Gattières, Grasse, Saint-Jeannet, Tournettes-sur-Loup, Vence.

Le territoire comprend aussi 8 Etablissements Publics de Coopération Intercommunale : la Communauté Urbaine Nice-Côte d'Azur, la Communauté d'agglomération de Sophia Antipolis, la Communauté d'agglomération du Pôle Azur Provence, la Communauté de Communes des Monts d'Azur, la Communauté de Communes de la Vallée de l'Estéron, la Communauté de Communes des Côteaux d'Azur, la Communauté de Communes Vallée d'Azur, la Communauté de Communes Terres de Siagne.





5. Diagnostic touristique du territoire

Le diagnostic touristique du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur a été réalisé dans le cadre du diagnostic territorial élaboré au titre de la Charte du Parc pour la période 2012-2024.

Le diagnostic territorial du Parc a pour objectif de **mettre à jour la connaissance du territoire afin de mieux identifier ses caractéristiques et les enjeux majeurs** pour demain en matière de protection, de développement et d'aménagement. Mené dans le cadre d'un travail participatif important, le diagnostic territorial partagé a, en outre, facilité une appropriation par les acteurs locaux de l'état des lieux et des enjeux mis à jour et permis une plus forte implication des acteurs concernés dans la mise en œuvre de la Charte du Parc.

Approches approfondies et complémentaires du diagnostic touristique

Pour compléter le diagnostic territorial, une étude complémentaire a été réalisée par la Skema Business School afin d'avoir à une meilleure lisibilité de l'activité touristique sur le territoire des Préalpes d'Azur. Il s'agit du second volet de l'«*étude de développement durable du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur*» sur le potentiel du tourisme durable, mené jusqu'en novembre 2010. Il est disponible dans les documents annexes.

Afin d'identifier plus précisément la nature des visiteurs et leurs attentes, une enquête sur le « *profil de la clientèle touristique* » a été menée durant l'été 2009. La réflexion s'appuie sur les résultats d'une enquête en face en face menée auprès d'un échantillon de 2490 personnes. De plus, une enquête régionale de type « *Cordon* », sur la fréquentation touristique, sur 2010 et 2011 est en cours de traitement. L'enquête sur le profil de la clientèle touristique est disponible dans les documents annexes.

5.1. Les Préalpes d'Azur, une offre touristique à structurer et à valoriser

5.1.1. Littoral et montagne, deux types d'offre touristique bien différents

Historiquement, l'essor touristique des Alpes-Maritimes a émergé sur la Côte d'Azur à partir de 1860. Ce tourisme, au départ hivernal, est de caractère aristocratique attirant les souverains et une clientèle de luxe. L'attrait touristique de la Côte d'Azur ne s'est depuis jamais démenti. La présence de stations balnéaires (Cannes, Antibes-Juan-les-Pins, Nice, Menton, etc.), de villes de congrès dynamiques toute l'année, le potentiel artistique et culturel et la présence du 2^e aéroport de France, ont permis une fréquentation en constante augmentation du littoral azuréen.

Cette forte fréquentation touristique a permis très tôt au littoral de se structurer et de développer d'importantes capacités d'accueil afin de capter les revenus potentiels qui y sont liés. Aujourd'hui, le tourisme y est fortement installé, contribuant pour une part importante au dynamisme économique des Alpes-Maritimes.

À partir des années 1970, le ski a redonné vie à des territoires montagnards à l'écart de l'essor touristique. D'abord axés sur la saison hivernale, ces territoires depuis une dizaine d'années essaient de développer des activités estivales et de diversifier leurs activités. Ses stations se positionnent aujourd'hui en lieux de loisirs et de découverte de la nature. Le Parc national du Mercantour a joué pour beaucoup dans l'essor de l'activité touristique estivale dans les vallées maralpines.

5.1.2. Les Préalpes d'Azur, un territoire sans stratégie de développement touristique

Contrairement à la plupart des autres vallées montagnardes des Alpes-Maritimes, les Préalpes d'Azur n'ont pas su fédérer les acteurs touristiques afin de définir et de mettre en œuvre une stratégie de développement touristique durable. C'est aujourd'hui le principal écueil de ce territoire aux potentialités majeures en matière de tourisme.

Ce territoire doit donc aujourd'hui se donner une stratégie et un positionnement touristique, tant en termes d'image, d'offre que d'activités et de philosophie. Il n'a pas encore su ou pu réellement tirer profit de ses potentialités, ni s'affirmer comme destination touristique malgré ses atouts :

- Les Préalpes d'Azur présentent les caractéristiques de territoires ruraux, peu habités et relativement préservés des grands aménagements impactant liés au développement économique et démographique. La particularité de ce territoire est l'exceptionnelle qualité de ses paysages d'une part et la richesse de ses patrimoines naturels et culturels d'autre part. La géologie, la flore, la faune, mais aussi l'archéologie et le bâti constituent autant de facteurs constituant un environnement exceptionnel.
- Ce territoire ne se prête pas au développement d'un tourisme de masse, car il n'y est pas adapté tant en termes d'accessibilité et que de capacité d'accueil. Son potentiel de développement touristique se situe plus autour du développement d'une attractivité en termes d'activités de pleine nature (randonnée, escalade, etc.) d'une vie culturelle et locale agréable (marchés d'été, expositions artistiques, productions artisanales) et de structures d'accueil et d'hébergement de qualité. Ce type de tourisme, de qualité, revêt un double intérêt pour les territoires qui le développent, car il permet à la fois de créer une dynamique économique et

sociale locale (création d'emplois) et de valoriser leurs patrimoines à la fois en termes de notoriété, mais aussi de connaissance et d'amélioration qualitative (restaurations, expositions, etc.).

- Existence de sites touristiques à partir desquels pourraient s'organiser la diffusion des flux touristiques vers l'intérieur du territoire : Gourdon a développé un tourisme de qualité qui attire de nombreux touristes avec le label « Les plus beaux villages de France ». Le village de Coursegoules a déposé un dossier d'instruction de demande de classement au même label. Présence de 2 stations de ski familiales (Gréolières-les-Neiges et l'Audibergue) qui proposent des activités hivernales et estivales.

Ce territoire présente donc un potentiel très intéressant, mais son offre touristique actuelle reste nettement en deçà des possibilités offertes, certaines caractéristiques du territoire ont en effet pu freiner les démarches de structuration/valorisation de l'offre entreprises par les acteurs du territoire :

1. il est **un territoire plutôt positionné en partie basse de la zone de montagne** des Alpes-Maritimes. De ce fait, ne bénéficiant pas comme d'autres vallées situées plus en altitude, de potentialités fortes en termes de sports d'hiver, son développement dans ce secteur est resté limité. Le territoire des Préalpes ne dénombre en effet que deux stations de ski de moyenne montagne familiales, ce qui comparativement à d'autres territoires situés à l'intérieur ou en dehors du département (vallées de la Tinée et du Cians) rend difficile le développement d'une stratégie touristique prenant appui sur la dimension sport d'hiver ;

2. il est **un territoire difficile d'accès**, car principalement desservi par des routes secondaires en dehors de la Route Napoléon (ce qui a joué en faveur de sa préservation). Ainsi, il est plus rapide à partir de Nice d'aller à Isola 2000 qu'à Saint-Auban ;

3. **le territoire ne compte que peu de structures au service du tourisme et de sa promotion** et la plupart se situent à ses extrémités (Pôle touristique du Pays de Grasse, Offices du Tourisme communaux ou inter-communaux ou Syndicat d'Initiative en partie Sud et Est du territoire) ;

4. **des pôles d'attractivité potentiels existent à l'intérieur du territoire** (Canton de Saint-Auban notamment), mais, malgré certaines démarches de valorisation entreprises, ils ne proposent pas encore une offre touristique suffisamment structurée (qualité de l'accueil et de l'hébergement, offre d'hébergement, diversité et richesse de l'offre sur site, activités « hors saison »). Certaines activités sont d'ailleurs menacées, l'enneigement ne suffit plus à garantir le fonctionnement des stations de ski de Gréolières-les-Neiges et de l'Audibergue ;

5. malgré la forte implication des acteurs locaux (Contrat montagne) **les moyens humains et financiers mobilisés jusqu'alors ont été insuffisants** pour permettre d'obtenir un réel effet levier en termes de développement / structuration de l'offre touristique des Préalpes d'Azur.

À la fois en termes d'identité/image et d'organisation/structuration, les Préalpes d'Azur doivent améliorer leur offre touristique. Dans cette optique, une meilleure organisation des activités permettra une

information et une commercialisation plus lisibles, en cohérence avec l'évolution actuelle de la demande. La difficulté d'accéder à une information claire et complète constitue aujourd'hui un frein à l'achat de séjour ou la réservation de prestations.

5.1.3. Les principaux sites touristiques et de loisirs du territoire

Les stations de ski

Les Préalpes d'Azur accueillent 2 stations de ski : Gréolières-les-Neiges et l'Audibergue. Ces 2 stations sont gérées par le Syndicat Mixte des Stations de Gréolières et de l'Audibergue (SMGA), dont le principal acteur est le Conseil Général des Alpes-Maritimes.

Le domaine skiable de **Gréolières-les-Neiges** (commune de Gréolières) s'étend entre 1400 et 1800 m d'altitude sur 1000 ha répartis sur les pentes du massif du Cheiron. Il permet la pratique du ski de piste (30 km de pistes, 22 pistes) et du ski de fond (30 km de pistes ce qui en fait le centre de ski nordique le plus important du département des Alpes-Maritimes) et propose également des itinéraires balisés de randonnées en raquettes à neige. Le domaine skiable comprend 9 remontées mécaniques (8 téléskis et 1 télésiège). Sa position géographique, station la plus proche du littoral (20 km à vol d'oiseau), lui permet d'attirer des pratiquants venus de la Côte, mais aussi une clientèle du département voisin du Var. Il s'agit essentiellement d'une clientèle familiale.

La station familiale de **l'Audibergue** (commune d'Andon et de Caille) s'étage entre 1270 et 1642 m. Les 6 remontées mécaniques (5 téléskis et 1 télésiège) desservent 24 pistes ce qui représente 28 km de pistes. Ce domaine n'est pas équipé en neige de culture et n'a pas de retenue collinaire. Il propose également 15 km de pistes de ski de fond.

Fragilisées par le changement climatique, ces 2 stations ont diversifié leur activité et proposent des activités pendant la saison estivale.

Ainsi, différentes activités peuvent être pratiquées à Gréolières-les-Neiges en été : parc aventure Gréo'Branche (parcours dans les arbres), tennis, randonnées, tir à l'arc, parapente. Une activité VTT est en projet sur ce site.

Depuis 1992, le télésiège de la Moulière (station de l'Audibergue) est ouvert de mai à septembre afin de permettre aux VTTistes de gagner le départ des 12 pistes de descente en VTT, aux randonneurs et piétons de rejoindre 2 circuits de randonnées ou d'accéder à la table d'orientation au sommet de l'Audibergue ou aux pratiquants de mountain-board de rejoindre le départ de la piste de descente. Le site de la Moulière-Audibergue propose également :

- la découverte de la spéléologie via la via-souterrata itinéraire de via ferrata sous terre créée en 2004 (longueur de 350 m à 44 m de profondeur),
- un parcours aventure en forêt de 85 ateliers répartis sur cinq parcours et une tyrolienne de 470 m de long,
- un terrain de pratique du trial moto,
- des séjours et stages en tipis.

Le parc d'hébergements du site de Gréolières-les-Neiges, composé essentiellement d'immeubles, est vieillissant et est aujourd'hui à réhabiliter. Il existe cependant des chambres d'hôtes, un hôtel et des projets privés de nouvelles constructions.

Les hébergements proposés à l'Audibergue sont essentiellement de petites structures unitaires (chalets, maisons ou villas), environ une centaine, qui sont principalement des résidences secondaires. Le style architectural est décousu et vieillissant.¹

La station climatique d'Andon Thorenc

Thorenc est une station climatique réputée depuis le XIXème siècle pour son microclimat très doux. Thorenc nommée «La Suisse Provençale» a eu au début du XXème siècle de grands hôtels, un Casino, un hippodrome, des tennis, une piste de patins à glace drainant une riche clientèle cosmopolite d'où cette architecture d'influence anglo-russe qui se retrouve dans quelques résidences et qui donne un ton d'exotisme à l'ensemble du site. Son air bénéfique a vu l'implantation d'un sanatorium (fermé aujourd'hui).² Aujourd'hui il n'existe plus de prestations liées à la particularité de l'air et de nombreux établissements ont fermé. Le lac de Thorenc où se pratique la pêche et des promenades à poney attire une clientèle familiale. C'est un haut lieu pour la pratique du parapente.

5.1.4. Les structures d'accompagnement au développement touristique

Les démarches de développement touristique en cours sur le territoire des Préalpes d'Azur sont relativement hétérogènes, elles sont à **renforcer**, à **coordonner** et à **uniformiser**. En effet, l'ampleur des dynamiques impulsées et les stades d'avancement des démarches sont très différents selon les territoires. Globalement, ce territoire souffre d'un manque de moyens humains et financiers importants, ce qui a empêché le développement de projets structurants. *Le travail de coordination des acteurs et de structuration de l'offre sera l'un des rôles essentiels du Parc en matière touristique.*

Le SIVU Pays d'Accueil Provence 06, une démarche axée sur la connaissance de l'offre

La démarche de développement touristique entreprise par le SIVU Pays d'Accueil Provence 06 à l'échelle des 21 communes des cantons de Saint-Auban et de Coursegoules, situées au cœur du territoire a principalement permis de réaliser des études, inventaires et diagnostics (diagnostic de l'hébergement touristique, recensement des sites d'escalade, recensement des édifices religieux, démarche de recensement des sites équestres, etc.) et quelques opérations de promotion.

Seule une minorité des études réalisées ont abouti à la réalisation d'opérations de structuration et de développement de l'offre touristique. Celles-ci sont donc restées relativement rares (développement du vallon de la Mouillère, création de l'école de canyoning à Aiglun, mise en place d'un plan signalétique). Les effets observés sont néanmoins positifs.

Par ailleurs, ces dernières années, le SIVU PAP 06 a consacré une partie importante de ses moyens à la mise en place du projet de Parc naturel régional. Il est aujourd'hui dissous.

¹ Source : « Diagnostic des hébergements touristiques des cantons de Saint-Auban et de Coursegoules », Orgalis

² Source : http://www.lesmontsdazur.com/index/index.cfm?s_p_id=60&mmv=4

Les Syndicats d'initiative et Offices de Tourisme

Le territoire compte 7 Offices de Tourisme communaux qui sont tous situés en limite Sud du territoire : Le Bar-sur-Loup, Cabris, Grasse, Saint-Cézaire-sur-Siagne, Saint-Vallier-de-Thiery, Tourrettes-sur-Loup et Vence.

Des points relais à Gréolières, Caille, Cipières et Saint-Auban permettent de diffuser des informations touristiques à partir du cœur du territoire.

Leur rôle est d'accueillir les touristes, de les renseigner sur les sites à visiter, sur les manifestations ou les curiosités à découvrir, de mettre à disposition de la documentation touristique, de promouvoir le tourisme sur le territoire communal.

L'Office de Tourisme de Gilette Val d'Estéron

La Communauté de Commune de la Vallée de l'Estéron a dans ses compétences obligatoires la compétence tourisme. Elle met en place une politique de développement touristique à l'échelle de son territoire au travers de l'Office de Tourisme de Gilette Val d'Estéron qui réalise des actions et outils promotionnels touristiques : participation à des Foires, dépliants touristiques, valorisation des activités proposées dans la Vallée de l'Estéron, etc.

L'Office de Tourisme Intercommunal des Coteaux d'Azur

Peut encore être citée en exemple l'importante dynamique touristique impulsée sur son territoire par la Communauté de Communes des Coteaux d'Azur au travers de son Office de Tourisme Intercommunal : développement de circuits touristiques, multiplication des évènementiels et de l'offre culturelle, soutien à l'enrichissement de l'offre touristique, promotion (agenda culturel, livret d'accueil, dépliants « restauration », « hébergement », « parcours découverte », etc.).

Le Pôle Touristique de Grasse, coordination et soutien à la dynamique touristique du territoire

L'action du Pôle Touristique de Grasse a été, dès le départ, orientée sur des actions plus opérationnelles, ciblant directement le soutien à la dynamique touristique. Les deux territoires sont cependant différents, le Pays de Grasse pouvant déjà s'appuyer sur une offre touristique riche et structurée. Son intervention s'articule donc principalement autour de la promotion de l'offre existante, l'assistance technique aux acteurs du tourisme, la coordination de l'action et des acteurs touristiques sur le territoire et l'accompagnement des hébergeurs :

- **Promotion, diffusion, information** : édition d'un guide touristique en commun, participation à des salons grand public ou professionnels, réalisation de présentoirs Pays de Grasse dans les Offices de Tourisme, etc.
- **Coordination de l'action touristique du territoire** : réunions mensuelles collectives afin de définir des actions communes, calendrier commun de manifestations de tous types,
- **Assistance technique aux acteurs du tourisme** : soutien logistique et conseil aux les communes les moins structurées en matière de développement touristique (les Offices de Tourisme ne comprenant que des bénévoles), interface hébergeurs / clientèle,

- **Soutien à la professionnalisation** des prestataires et à l'amélioration de la qualité de l'accueil touristique.

Le Comité régional du Tourisme Riviera Côte d'Azur (CRT Riviera) 3

Le CRT Riviera travaille à la création de synergies et à la mise en réseau des territoires et filières touristiques du département. Il participe, en liaison avec le Conseil Général des Alpes-Maritimes, les partenaires institutionnels (État, Région, CCI Nice Côte d'Azur, Team Côte d'Azur, UDOTSI, OTSI) et professionnels, à la définition et à la mise en œuvre de la stratégie touristique des Alpes-Maritimes. Son rôle en matière de marketing territorial et de développement touristique constitue le cœur de sa mission.

- Mission de marketing territorial : établir des liens opérationnels entre les marchés extérieurs et la Côte d'Azur. Il conforte la promotion, communication et pré-commercialisation de l'ensemble des composantes de la destination auprès du marché français et des principaux marchés émetteurs étrangers. Son action repose sur l'adéquation entre la connaissance de l'offre touristique azurée et celles des marchés afin de permettre la mise en œuvre de dispositifs opérationnels.
- Mission d'ingénierie touristique : il participe à la politique de développement du territoire en matière de tourisme. Il remplit auprès de ses partenaires une mission de conseil et d'assistance en matière d'ingénierie. Il met en place des stratégies et des actions de développement global et par filière. Il accompagne les structures en matière de qualification des produits, des professionnels et des territoires (pôles touristiques, communautés, etc.).
- Mission d'observation et de veille : l'Observatoire du Tourisme des Alpes-Maritimes constitue un baromètre de l'activité touristique azurée, à la fois système de traitement de l'information statistique et outil de veille stratégique. Il construit un cadre méthodologique permettant la mesure de l'économie touristique locale et de produire les tableaux de bord et données marketing indispensables à l'approche opérationnelle des différents marchés de la Côte d'Azur.

Le Conseil Général des Alpes-Maritimes

Le Conseil Général des Alpes-Maritimes met en œuvre une politique de développement touristique sur l'intégralité du département afin de structurer l'offre touristique sur le territoire et de permettre un développement économique durable.

Dans le cadre du Schéma départemental du Tourisme 2009-2015 en cours de finalisation, le Conseil Général des Alpes-Maritimes va encore accentuer son action sur le Moyen et le Haut-Pays et donc sur le territoire du Parc. Certaines opérations sont ou ont déjà été mise en œuvre par le Département, notamment :

- aides aux hébergements de la zone rurale : pour soutenir l'investissement en matière de création, de rénovation ou d'extension des hébergements touristiques ;

³ Source : http://www.cotedazur-tourisme.com/crt-06/connaitre-le-comite-regional-du-tourisme-riviera-cote-d-azur-06_91.html

- PIT Tourval : programme transfrontalier avec l'Italie lancé début 2009. Le Conseil Général des Alpes-Maritimes est chef de file sur le projet Tourval Café axé sur la qualification et l'amélioration des hébergements touristiques et de la restauration. Cette opération est menée en partenariat avec le CRT Riviera Côte d'Azur pour la « Diversification de l'offre touristique », la Chambre d'Agriculture pour « la valorisation des produits typiques », la Chambre des Métiers des Alpes-Maritimes – UDOTSI – GRETA pour « la formation des acteurs du tourisme » ;
- sentiers de randonnée : le Conseil Général des Alpes-Maritimes est en charge de l'élaboration du Plan départemental des Itinéraires de Promenade et Randonnée (PDIPR) et de l'entretien des sentiers qui y sont inscrits. La promotion de ces sentiers est faite par le biais des éditions « Guides Randoxygène ». Des éditions Rando VTT, Canyons et Clues, Raquettes à neige, Équitation et Via Ferrata existent également ;
- création de deux syndicats mixtes sur les stations de Gréolières-les-Neiges et de l'Audoubert pour participer à la gestion de l'activité neige et aider à la diversification d'activités en été.

Le Conseil Général des Alpes-Maritimes a inscrit dans ses actions 2009 le développement et la structuration des filières VTT et équestre. L'itinéraire « Les chemins du Soleil » reliant le lac Léman à Nice en VTT vient d'être finalisé et d'autres itinéraires devraient également suivre. En partenariat avec le CRT Riviera Côte d'Azur, la thématique des activités de pleine nature est en cours d'étude, le CRT lançant la création d'une labellisation de cette filière.

La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

La Région PACA au travers du Schéma régional de Développement Touristique 2006-2010 a défini les grandes orientations de la politique touristique régionale. Cet outil stratégique s'inscrit dans la perspective plus globale du Schéma régional de Développement Economique et vise deux impératifs : une meilleure répartition de la fréquentation sur l'année et sur les territoires de la région et l'amélioration de l'emploi et de la professionnalisation.

La stratégie régionale en matière touristique a pour objectif de :

- renforcer l'attractivité et la compétitivité de la destination,
- faire de Provence-Alpes-Côte d'Azur une destination pour tous (programme régional en faveur du tourisme social, contrat de développement Tourisme et Handicap, tourisme de proximité),
- faire de Provence-Alpes-Côte d'Azur une référence en matière de tourisme durable (tourisme et développement durable, tourisme et territoire),
- favoriser l'emploi et la formation dans les métiers du tourisme.

Le projet FUTOURAUMED

L'Association Réseau Innovation Euromed est coordinatrice d'un consortium qui a lancé en 2010 le projet FUTOURAUMED, étude sur l'innovation dans le domaine du tourisme, en réponse à un appel de l'Agence Nationale de la Recherche pour des ateliers de recherche prospective (ARP) « Tourisme, culture et technologies en Méditerranée ».

L'objectif de ce projet est de définir les actions de recherche et les stratégies dans le domaine d'un tourisme durable permettant de diversifier les zones de destination touristique.

Les touristes s'orientent aujourd'hui plus vers :

- un tourisme rural : vacances à la ferme, compréhension de l'activité multiple des agriculteurs, aide à la production, apprentissage de la biodiversité,
- un tourisme à la recherche d'authenticité, de la connaissance des diverses cultures locales : contact étroit avec les habitants locaux, fêtes de villages,
- un tourisme culturel : archéologie, patrimoine historique, gastronomies
- un tourisme itinérant : itinéraires littéraires, parcours et vie des grands hommes, itinéraires religieux,
- un tourisme à thèmes : écologie, montagnes, géologie, botanique, paysages, forêts, métiers et artisanats traditionnels.

Le territoire du Parc répond à l'ensemble de ces attentes.

Un état des lieux a permis de dégager 2 actions prioritaires qui seraient à engager pour le département des Alpes-Maritimes qui doit faire face à une répartition extrêmement déséquilibrée du tourisme ; il s'agit :

- de renforcer les structures de formations professionnelles liées au tourisme et à la culture (y compris la numérisation des événements et patrimoines),
- d'engager des expérimentations sur de nouvelles zones.

Deux destinations nouvelles doivent contribuer à revitaliser le Moyen et le Haut-Pays. Une première autour du Mercantour et de ses vallées, une deuxième autour du Parc naturel régional incluant les villes de Grasse et Vence. Cela aura pour intérêt :

- un rééquilibrage littoral / Moyen et Haut-Pays,
- le renforcement économique, humain et culturel du à un tourisme attentif aux innovations sociétales dans le département,
- une nouvelle compétence touristique pour l'euroméditerranée.

Ce projet vise à définir les programmes de formation professionnelle complémentaire adaptés à chacune de ces zones, en matière de personnels d'encadrement, guides, personnel spécialisé en cultures locales, sites web à concevoir, etc.

Les premières expérimentations pourraient constituer un modèle pour d'autres zones en France ou sur le pourtour de la Méditerranée.

5.2. L'offre touristique des Préalpes d'Azur

L'offre touristique présente sur le territoire des Préalpes d'Azur est relativement homogène au regard des principaux types d'offres ou de points d'attractivité touristiques que l'on peut retrouver dans les différents sous territoires qui le constituent (tourisme de découverte nature, sportif et patrimonial dans un cadre paysager exceptionnel). Elle propose aux visiteurs (touristes et excursionnistes) cependant la découverte de patrimoines variés :

- **patrimoines culturels** : édifices religieux, villages perchés, patrimoines bâtis vernaculaires mobilisant la pierre sèche (restanques, terrasses, murets, enclos, bergeries, bories), sites et patrimoines archéologiques (dolmens, mégalithes, etc.), lisibilité des traces des civilisations s'étant succédées,
- **patrimoines naturels** : grottes (aménagées - au nombre de 3 - ou non), milieux rupestres, nombreuses espèces patrimoniales observables,
- **paysages** : de moyenne montagne, de plateaux d'altitude, panoramas sur la Mer Méditerranée,
- **activité scientifique** : astronomie,
- **activités sportives de pleine nature** : randonnée, activités d'eaux vives, escalade, spéléologie, ski, vol libre, etc.,
- **cadre de vie** : ruralité, calme, paysages, villages patrimoniaux.

Si l'on peut faire émerger une homogénéité globale de l'offre, chaque territoire a cependant ses particularités et ses spécificités. Se distinguent en effet, pour chacun de ces sous territoires, parmi les 6 grands thèmes, un à deux thèmes dominants. Par exemple, l'offre touristique proposée sur le territoire du Pôle Touristique du Pays de Grasse est fortement liée à la parfumerie, la culture florale, les plantes à parfum. Celle de la Communauté de Communes des Coteaux d'Azur se distingue par la richesse de l'offre culturelle proposée, celle du canton de Saint-Auban par l'offre d'activité de découverte et de sports de pleine nature.

Si les grands éléments fondateurs de l'offre touristique des Préalpes peuvent donc être mis en avant à l'échelle du territoire, des thématiques prépondérantes peuvent distinguer l'offre à une échelle infra-territoriale.

5.2.1. Un territoire favorable à l'itinérance

De part sa taille et l'éloignement de ses sites potentiellement touristiques, le territoire des Préalpes d'Azur, se prête bien à l'itinérance. Il présente notamment un potentiel intéressant en matière de découverte des patrimoines et paysages de village en village non motorisée (à pied, à vélo, à cheval) ou motorisée (moto, cyclos, voiture, camping-car). Actuellement, l'offre « itinérance » des Préalpes d'Azur se compose :

- **d'itinéraires pédestres** : le territoire est traversé par le GR 4 (de Manosque à Grasse), le GR 510 (sentier des 8 vallées), le GR 51 (Balcons de la Méditerranée) auxquels s'ajoutent les itinéraires du PDIPR. Une partie de l'offre d'itinéraires du PDIPR est publiée dans les guides Randoxygène consacrés à la randonnée pédestre et édité par le Conseil Général des Alpes-Maritimes (33 parcours concernent le PNR).

- **d'itinéraires équestres** : le Conseil Général des Alpes-Maritimes a édité en 2010 un Guide Randoxygène Equitation pour proposer des itinéraires de découverte à cheval. 12 itinéraires concernent le territoire des Préalpes d'Azur. Le territoire offre un potentiel de randonnée équestre intéressant. La randonnée équestre est une activité existante dans les Alpes-Maritimes, mais n'est pas structurée.
- les **Chemins du Soleil** proposent la grande traversée des Préalpes à VTT (de la vallée du Rhône aux Alpes du Sud et du Vercors à la Provence) sur chemins balisés, pour découvrir les richesses naturelles et culturelles du massif alpin. Un itinéraire récent propose la traversée de la vallée de l'Estéron de Saint-Auban à Gilette en plusieurs jours.
- La **Route Napoléon** qui relie Golfe-Juan à Grenoble via le territoire du PNR (Grasse, Saint-Vallier-de-Thiery, Escagnolles, Séranon, Le Logis du Pin) et qui retrace le parcours historique de l'Empereur au retour de l'île d'Elbe en 1815. À l'exception de celle-ci, il n'existe pas d'itinéraires structurants pour la découverte motorisée, le territoire se situe à l'écart des grands itinéraires et routes touristiques (Route des Grandes Alpes, Route de la lavande, Route des Bréa, etc.).

Dans cette optique, la création d'axes touristiques, à la fois portes d'entrée du territoire et vecteurs d'organisation et de valorisation touristique du territoire apparaît aujourd'hui indispensable.

Cependant, il manque des structures d'accueil adaptées à la pratique de l'itinérance aussi bien en termes d'hébergement et de commerces, mais aussi d'aires d'accueil des camping-cars. Un atout de l'itinérance touristique est que la clientèle itinérante est un vecteur de remplissage des hébergements en avant et en après saison.

Par ailleurs, si, une offre de circuits touristiques existe ou est en cours de constitution par les acteurs du développement touristique du territoire (Communauté de Communes des Coteaux d'Azur, Pôle Touristique de Grasse), sa structuration à l'échelle du projet de Parc est à mettre en place.

5.2.2. Un territoire très prisé pour les activités nature

Le territoire du PNR offre une diversité d'activités nature : escalade, canyoning, pêche, chasse, randonnée pédestre et équestre, lieu de promenade et de détente, raquettes, ski de piste, ski de fonds, VTT, vol libre, accrobranche, via souterrata, auxquelles s'ajoutent la découverte des villages typiques et des sites grandioses.

Ces activités attirent une clientèle majoritairement excursionniste, la pratique de loisirs à la journée en milieu rural ne fait souvent pas partie du tourisme au sens strict puisqu'il faut qu'il y ait nuitée pour pouvoir parler de tourisme.

La fréquentation des sites du PNR est en constante augmentation ces dernières années du fait :

- de la proximité du littoral et des pratiquants potentiels ou avérés,
- du cadre paysager et naturel exceptionnel des Préalpes d'Azur qui attire un large public,

- de l'engouement pour les sports de nature, dont les pratiquants sont sans cesse plus nombreux,
- de l'accessibilité du territoire pour une pratique en famille.

Cette fréquentation n'est cependant pas précisément connue à ce jour.

Comme beaucoup de territoires ruraux offrant des terrains ou itinéraires favorables, les Préalpes d'Azur connaissent, dans certains secteurs, une forte fréquentation des véhicules à moteur. Ces activités peuvent être problématiques d'une part en matière d'impact sur les milieux et espèces naturelles sensibles à la pression, mais aussi en termes de conflits d'usage et de mise en insécurité des randonneurs et de non-respect des propriétés privées.

Les sites d'escalade, de canyoning et de spéléologie sont nombreux sur le territoire. Certains sont valorisés dans des topoguides départementaux. L'offre va cependant bien au-delà des sites identifiés au niveau départemental notamment concernant le canyoning (36 sont identifiés dans le topoguide du Conseil Général des Alpes-Maritimes alors que plus de 300 sont répertoriés et publiés dans les Alpes-Maritimes). En comparaison avec d'autres secteurs du département, le potentiel des Préalpes d'Azur est plus important, car la diversité des possibilités de pratique est plus grande, notamment pour la spéléologie.

La chasse

La chasse est une activité très présente sur le territoire des Préalpes d'Azur (49 sociétés de chasse, 1 dans chaque commune). Les chasseurs sont pour la plupart des résidents et des propriétaires, mais également des personnes extérieures.

Ils sont fédérés au sein de la Fédération de Chasse des Alpes-Maritimes. Cette Fédération a pour rôle de gérer les espèces et les espaces : régulation des espèces en forte expansion, gestion de certaines espèces en réglementant les prélèvements cynégétiques et en effectuant des travaux d'aménagement ou de réouverture des milieux, suivi des populations des espèces sauvages, qu'elles soient chassables ou non, information et la formation.

Un secteur majeur pour la spéléologie et l'escalade

De part l'étendue de l'emprise des surfaces karstiques, les Préalpes d'Azur sont de loin, le secteur le plus intéressant en matière d'activités et **d'explorations spéléologiques**. Il présente un grand réseau de cavités. On en dénombre environ 3000 dans les Alpes-Maritimes dont environ 1952 répertoriées sur le territoire du PNR. Le périmètre comprend les plateaux de Calern-Caussols et notamment le secteur de l'Audibergue où sont situées une dizaine de cavités majeures de réputation nationale et internationale, pouvant attirer des clubs de toute la France et de l'étranger.

La majorité des pratiquants sont affiliés à la Fédération Française de Spéléologie (FF Spéleo). Cette fédération compte une vingtaine de clubs dans les Alpes-Maritimes et 250 licenciés pour 400 pratiquants environ.

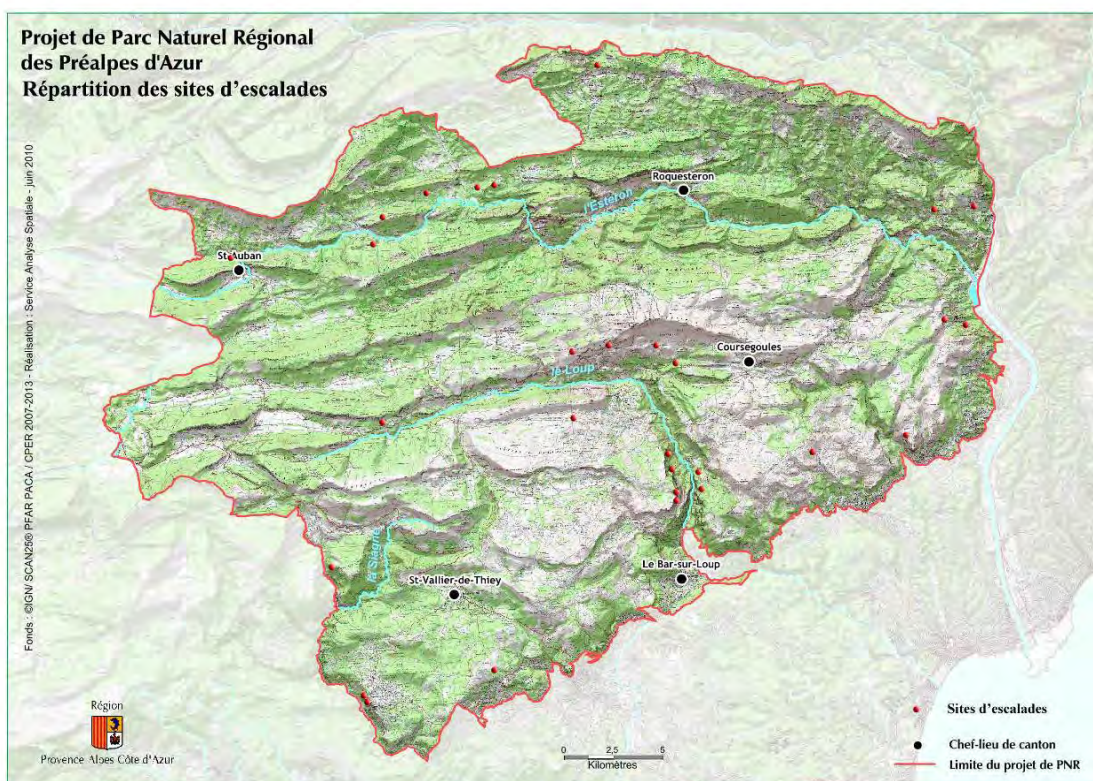
En matière d'escalade, le territoire compte de nombreux sites dont quelques-uns sont de renommée internationale. 23 communes sur les 49 incluses dans le périmètre du PNR regroupent 27 sites d'escalade. 6 sont de niveau facile et adaptés à la découverte de la pratique, 14 présentent des niveaux variables de facile à difficile, 7 sont des sites de haut niveau. De nombreux sites d'escalade potentiels ont pu être recensés (19 de niveau découverte, 21 tous niveaux et 10 de haut niveau). Du fait du climat, l'escalade peut se pratiquer à l'année dans les Alpes-Maritimes même si l'été y est moins propice. C'est donc un territoire recherché par les amateurs en toute saison.

Les structures fédérant les pratiquants et/ou ayant la compétence en matière de gestion des activités d'escalade (Fédération Française de Montagne et d'Escalade FFME) sur le territoire n'ont un lien direct qu'avec une minorité des pratiquants. Pour exemple, les pratiquants d'escalade adhérant à la FFME ne représentent qu'1/8^{ème} du nombre total de pratiquants. La FFME dénombre environ 1700 adhérents dans les Alpes-Maritimes pour 10 000 à 12 000 pratiquants non licenciés.

L'aménagement de certaines voies d'escalade est pratiqué souvent sans travail de concertation en amont. Certains professionnels ou pratiquants aguerris possèdent en effet les capacités techniques pour équiper des sites. Le travail réalisé par les opérateurs et animateurs de sites Natura 2000 dans le cadre de l'élaboration de Document d'Objectifs a permis de mettre en place une concertation locale notamment dans le cadre de l'aménagement de nouvelles voies. Si la FFME et ses affiliés sont aujourd'hui bien sensibilisés sur ce sujet, cela ne touche pas les non-affiliés qui continuent d'équiper certains sites ce qui peut impacter notamment les rapaces rupestres.

Le travail de suivi et d'entretien des sites d'escalade s'est aussi largement renforcé. Aujourd'hui le Département suit et entretient 11 sites. La FFME 06 a d'ailleurs conventionné avec le Département sur des actions de suivi de ces sites et/ou d'animation de journées découvertes environnementales (faune, flore par exemple).

De nombreux professionnels de l'encadrement travaillent sur le territoire. Les activités d'escalade et de spéléologie attirent autant des pratiquants locaux, régionaux qu'internationaux.



L'activité de canyoning

Le périmètre du PNR compte 24 canyons. La particularité de l'offre de canyoning des Préalpes d'Azur est la subsistance d'eau en période estivale, les canyons aquatiques du territoire attirent ainsi de nombreux pratiquants venant des Alpes-de-Haute-Provence notamment du Verdon. Sa proximité des zones urbaines le rend également intéressant pour les activités de canyon professionnel. De nombreux professionnels sont ainsi présents sur le secteur même s'ils sont moins nombreux que dans les vallées de la Tinée et de la Roya Bévéra.

Certains sites de canyoning très prisés peuvent être parcourus par plus d'une centaine de personnes par jour (le Loup par exemple, de la base de la cascade de Courmes jusqu'au Pont du Loup ou encore le canyon de Saint-Auban qui est le plus parcouru du département et compte entre 15 et 18 professionnels). Sur les sites les plus courus, la fréquentation est notamment amplifiée par l'activité de professionnels. Certains canyons comptent jusqu'à 18 professionnels (localisés dans les Alpes-Maritimes et dans les Alpes-de-Haute-Provence) les jours ouvrables avec chacun un groupe de 8 clients le matin et l'après-midi soit, au total, une fréquentation liée à l'offre d'accompagnement professionnel approchant les 300 personnes.

Certains sites de canyoning (le canyon de la Cagne par exemple) sont fréquentés également par de nombreux baigneurs ce qui amplifie fortement la tendance à la surfréquentation.

Le canyoning est réglementé par l'Arrêté préfectoral N°98.000481-bis du 22 décembre 1998. La pratique du canyoning est autorisée du 1er avril au 31 octobre inclus. Le principal de l'activité se déroule cependant en été, entre le 15 Juillet et le 15 Août. Lorsque les périodes de pêche se superposent aux périodes de canyoning, un système d'alternance est mis en place (un jour canyoning, un jour pêche).

Cette activité est confrontée, sur un certain nombre de sites, à des conflits. Ceux-ci peuvent naître soit d'un contentieux sur l'usage de l'espace avec les propriétaires ou les mairies. Les problèmes de stationnement et/ou de cheminements avant ou après le canyon cristallisent souvent les malentendus. La FFME a proposé la mise en place de conventions d'usage avec les propriétaires fonciers permettant un transfert de responsabilité et la labellisation et suivi des équipements. Des espaces de stationnements et cheminements ont aussi pu être aménagés.

Activités de pleine nature et patrimoine naturel

Les activités de pleine nature de type escalade, spéléologie et canyoning sont confrontées, depuis un certain nombre d'années, à un déficit de connaissance scientifique sur leur impact réel sur les patrimoines naturels soumis à pression. Un projet d'étude d'impact sur le canyon de la Cagne avait été envisagé, mais il n'a pas été concrétisé. Aucune démarche permettant d'objectiver ces problématiques n'est aujourd'hui disponible sur le territoire. Elle pourrait être entreprise à titre expérimental sur les sites très parcourus.

Afin de participer et de suivre l'évolution de la gestion des impacts des activités de pleine nature sur les patrimoines naturels, mais aussi de contribuer à la connaissance des patrimoines naturels en présence, la FFME et la FF Spéléo sont, depuis de nombreuses années présentes aux comités de pilotage des

sites Natura 2000. La FFME alerte les animateurs de site Natura 2000 ou les associations de protection de la nature en cas d'observation d'espèces patrimoniales sur un site de pratique. Les clubs de spéléologie réalisent quant à eux des explorations à but scientifique (étude hydrologiques, géologiques, biospéléologie, faune souterraine, chiroptères), des publications, ou actualisent l'inventaire des cavités du département. Certaines de ces actions sont réalisées dans le cadre de partenariats (Conseil Général, Natura 2000, Agence de l'eau). Ils peuvent aussi être sollicités par des mairies ou syndicats des eaux pour des questions de relations hydrologiques.

La FF Spéléo et la FFME connaissent aujourd'hui les principales espèces sensibles potentiellement présentes dans leurs espaces de pratiques.

Une filière activités de pleine nature peu structurée

In fine, le territoire des Préalpes d'Azur est un espace très favorable aux d'activités de pleine nature. L'importance du nombre de sites de pratique localisés, les efforts importants réalisés ces dernières années par les acteurs de l'encadrement et de la gestion des activités de pleine nature et les potentialités subsistantes dans ce domaine font de ce territoire un espace majeur en la matière. Cependant, les activités professionnelles qui se sont développées autour de ces pratiques l'ont été de manière individuelle, profitant des opportunités offertes par le territoire. Pas ou peu d'actions collectives, visant à intégrer le développement d'une filière activités de pleine nature, n'ont été entreprises. La structuration de cette filière, dans une logique de développement durable respectueuse des hommes et de l'environnement, aurait pourtant pu apporter à ce territoire, et notamment à ses espaces les plus fragiles, un complément en matière de dynamique économique.

Comme il a déjà été noté d'une manière plus générale en matière de tourisme, les hébergements, notamment ceux adaptés à l'accueil de publics sportifs notamment en groupes, sont rares. La présence de structures d'accueil proposant le gîte et une offre d'activités de pleine nature de proximité reste exceptionnelle⁴. Pour le reste, une offre d'hébergement alternatif est présente, mais apparaît insuffisante. Notamment, le Moyen-Pays est sous-équipé en lits (campings et hébergements alternatifs) au regard des sites d'activité de pleine nature en présence. Ces carences en lits ne permettent pas de retenir les touristes en hébergement et ainsi d'amplifier la manne économique liée à la pratique des activités de pleine nature.

Les sites phares en matière d'activités de pleine nature, notamment les stations de ski de Gréolières-les-Neiges et de l'Audibergue/La Moulière présentent eux aussi des carences en matière d'hébergement, notamment collectifs et hôteliers. Ces stations n'ont pas bénéficié de démarches de restructuration et de modernisation globale de leur offre touristique in et hors saison. Des initiatives existent cependant et elles rencontrent un certain succès (à l'Audibergue via ferrata souterraine, accrobranche, un télésiège fonctionne l'été et permet des descentes à VTT).

Enfin, aucun topoguide ne propose une présentation globale de l'offre d'activités de pleine nature en présence sur le territoire, en lien avec les hébergements touristiques.

Les Préalpes d'Azur sont un territoire à la fois proche, mais pas toujours très accessible pour les zones urbaines. Il n'a pas véritablement su développer un produit phare, vendeur et attractif pour de la

⁴ Sur Saint-Auban, le Gîte Tonic, 40 couchages, propose des activités d'équitation, escalade et randonnée pour les centres de loisirs, clubs...

fréquentation en séjour. Ce travail, n'est cependant pas simple, car une part importante de son attractivité reste aujourd'hui à l'état de potentialité, les Préalpes d'Azur ne sont pas toujours bien identifiées et reconnues, même par les habitants du littoral.

5.2.3. Une offre d'hébergement déficiente

Un secteur à professionnaliser

Ce territoire se caractérise aussi par des carences en matière d'hébergement, tant en qualité qu'en quantité. Le niveau de qualité est assez faible notamment par manque d'investissements privés et de professionnalisation de l'activité. Si l'évaluation précise de la qualité des hébergements du territoire reste difficile du fait de l'absence d'études réalisées sur l'ensemble de son périmètre, certaines indications laissent à penser que des améliorations pourraient être apportées dans ce domaine. Partant du constat du nombre élevé de plaintes reçues de la part de clients des hébergeurs de son territoire, le Pôle Touristique du Pays Grassois a en effet mis en place des visites régulières chez les prestataires volontaires afin de pointer les faiblesses de leur offre en matière de qualité de l'accueil. L'intégralité des chambres d'hôtes et meublés de leur territoire est concernée (partie du Sud du PNR). Les prestataires associés à cette action, réalisant les améliorations jugées nécessaires par le Pôle Touristique, bénéficient de l'interface hébergeurs/clientèle mise en place sur le portail du Pôle Touristique du Pays de Grasse hébergé sur le site Internet de l'Office de Tourisme de Grasse. Du fait de cette démarche de professionnalisation, aujourd'hui le nombre de plaintes au niveau des chambres d'hôte a baissé de manière significative.

Le Conseil Général des Alpes-Maritimes œuvre également dans ce domaine pour soutenir l'investissement et la qualification des hébergements touristiques, restaurants et commerces multiservices en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie dans le cadre des projets Tourval Café, Bistrots de Pays et des subventions individuelles.

L'ensemble du territoire n'a cependant pas, aujourd'hui, bénéficié d'actions de professionnalisation et d'amélioration de l'offre d'hébergements. L'enjeu d'amélioration de la qualité, soulignés par les acteurs du tourisme se retrouve donc à minima sur l'ensemble des secteurs ruraux du territoire.

Le manque de capacité d'accueil des structures d'hébergement⁵

Les capacités d'accueil touristique des Préalpes d'Azur sont principalement concentrées sur ses limites Sud. Le territoire comprend (hors Grasse, Vence, Carros et Tourrettes-sur-Loup, communes dont les hébergements se situent hors périmètre du PNR)⁶ :

- 10 campings répartis sur 9 communes pour une capacité de 1734 lits,
- 35 hôtels répartis sur 27 communes d'une capacité de 662 lits,
- 135 gîtes et chambres d'hôtes répartis sur 32 communes pour une capacité de 681 lits,

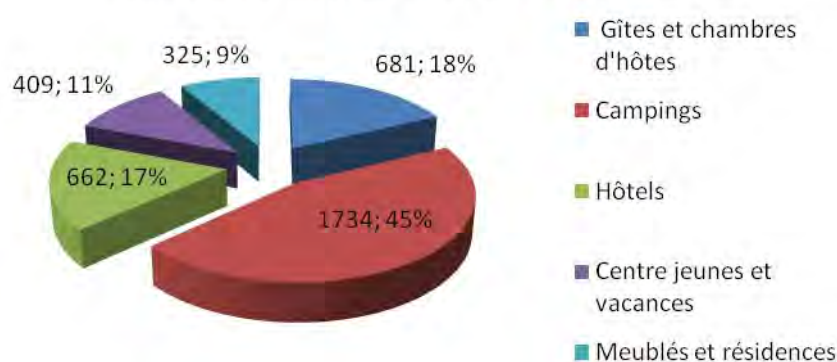
⁵ Les analyses présentées ci-après sont basées sur les fichiers hébergements du CRT Riviera.

⁶ Source : CRT Riviera – données 2008

- 3 centres jeunes et vacances sur 3 communes offrant 409 lits situés en partie Sud ou Est du territoire,
- 64 meublés sur 9 communes pour 325 lits.

Soit une capacité totale d'accueil de **247 structures d'hébergements** pour **3 811 lits** pour le territoire du PNR. À noter cependant que les pôles touristiques de Grasse, Vence, Carros et Tourrettes-sur-Loup proposent une capacité d'hébergement importante en limite immédiate du PNR : 279 établissements pour une capacité de 6 979 lits pour ces seules 4 communes.

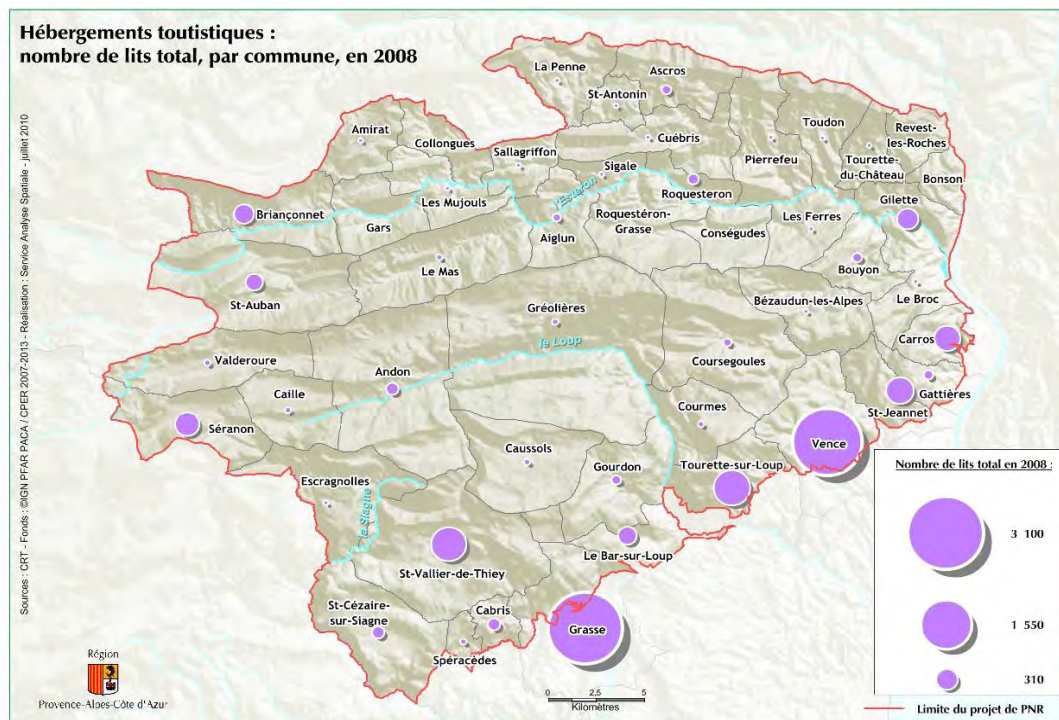
Répartition des lits par type d'hébergement sur le territoire du PNR des Préalpes d'Azur en 2008



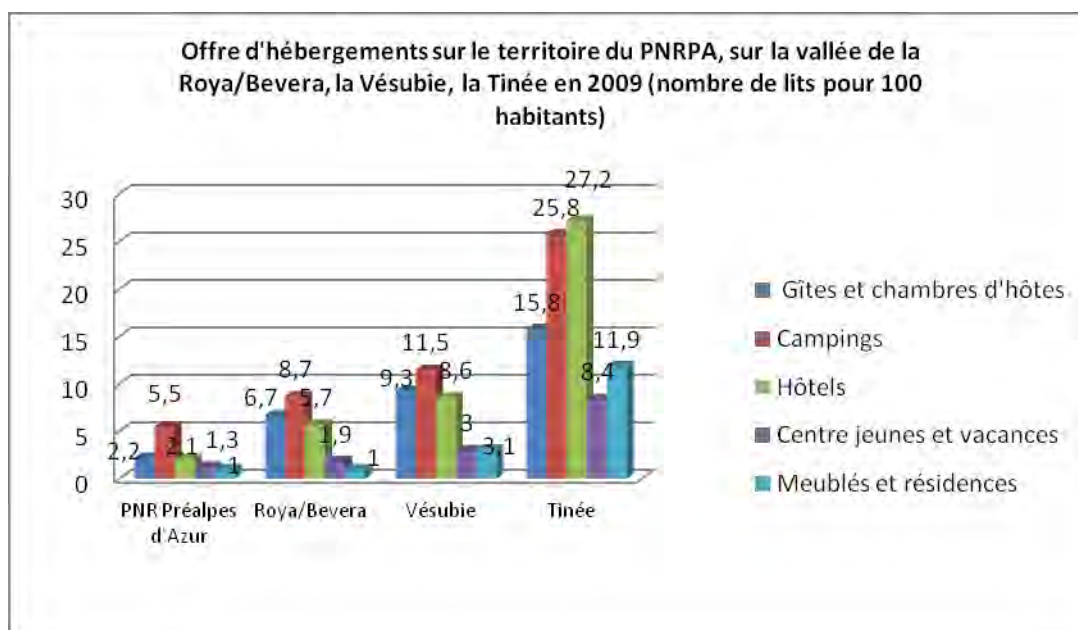
Source : CRT Riviera

La part des hébergements non classés est majoritaire sur le territoire du PNR. Les campings sont peu nombreux (10 sur l'ensemble du territoire), mais représentent 45% de la capacité en lits. Les hébergements alternatifs (gîtes et chambres d'hôtes) sont répartis sur l'ensemble des Préalpes d'Azur et en majorité sur la moitié Nord. Ils constituent d'ailleurs le principal de l'offre d'hébergement présente sur les communes du centre et du Nord du territoire et représentent 18% de l'offre totale. Enfin, les communes du territoire offrent actuellement peu de sites d'accueil pour les campings, car.

Les capacités d'hébergement sont très limitées notamment au centre et au Nord du territoire où les communes ne comptent qu'une vingtaine de lits en moyenne (en dehors des sites de Gréolières-les-Neiges et de Thorenc). Ces capacités ne correspondant pas aux potentialités présentes sur certaines parties du territoire. En lien avec une offre touristique qui pourrait être renforcée, aujourd'hui, les Préalpes d'Azur ne profitent pas à plein des potentialités de développement de sa filière d'accueil et d'hébergement touristique notamment en regard de la nouvelle attractivité constatée pour ce type de territoire, matérialisée par une tendance au retour à la montagne et une recherche d'espaces préservés.



Si, en valeur absolue, l'offre en hébergements des Préalpes d'Azur est plus importante que celle des vallées de la Roya/Bévéra et de la Vésubie et proche de celle de la Tinée (4 562 lits), ramenée à la population, elle apparaît très en deçà de l'offre de l'ensemble de ces vallées. Par exemple, l'offre en gîtes et chambres d'hôtes n'est que de 2,2 lits pour 100 habitants sur le territoire des Préalpes d'Azur contre 6,7 pour la Roya/Bévéra, 9,3 pour la Vésubie et 15,3 pour la Tinée. À noter que les territoires des vallées touristiques pris pour exemple sont cependant nettement plus restreints que celui des Préalpes d'Azur (Roya- Bévéra et Vésubie : 7 communes, Tinée : 12 communes).



Source : CRT Riviera

5.2.4. Les signes d'une évolution de la demande

Est apparue très clairement depuis quelques années, au travers d'études réalisées auprès de la clientèle touristique à un niveau local, régional, voire national, une modification des attentes de certaines populations touristiques.

Une part de plus en plus importante de la clientèle touristique se tourne aujourd'hui vers un tourisme de qualité, respectueux tant de la qualité environnementale et paysagère de l'espace visité, que de son cadre authentique et des habitants qui l'entretiennent. Cette recherche d'authenticité, ciblant des séjours à la campagne ou à la montagne, va de pair avec une exigence de confort et de qualité accrue des structures d'accueil et de l'hébergement proposé.

Auparavant confidentielle, cette clientèle représente aujourd'hui un axe de développement intéressant, notamment pour les zones rurales d'arrière-pays, présentant le cadre préservé et naturel recherché.

5.2.5. Peu d'éléments sur la fréquentation touristique au niveau du territoire

La fréquentation du territoire des Préalpes d'Azur reste globalement peu connue. En effet, le territoire des Préalpes d'Azur n'a fait l'objet que très récemment d'enquêtes auprès de sa clientèle touristique notamment parce qu'il ne dispose pas d'un réseau structuré d'Offices de Tourisme et de points d'information locaux. Afin de mieux connaître la clientèle fréquentant son espace montagne, le Syndicat Mixte de préfiguration relaie en 2010-2011 sur son territoire l'enquête de l'Observatoire Régional du Tourisme et de ses partenaires départementaux (dont le CRT Riviera et le Conseil Général des Alpes-Maritimes) qui vise à disposer d'une vision globale de l'activité touristique régionale, départementale et infra-départementale.

Il n'existe donc pas à l'heure actuelle d'enquête approfondie spécifique pour analyser la fréquentation touristique sur les Préalpes d'Azur.

Le CRT Riviera dispose cependant d'un bilan des entrées comptabilisées depuis 1989 dans les musées, sites de visites, jardins et grottes des Alpes-Maritimes et donc du territoire du PNR. Cependant, le CRT Riviera ne dispose pas de comptage des visiteurs de certains sites dont le Domaine du Haut-Thorenc, les via-ferratas, la via-souterrata, les sites accrobranches.

Entrées comptabilisées depuis 1989 dans les musées, sites de visites, jardins et grottes des Préalpes d'Azur

Musées et monuments	Ville	Créé en	Totaux entrées payant et gratuits en 1990	Totaux entrées payant et gratuits en 2000	Totaux entrées payant et gratuits en 2009
Parcs, jardins et grottes					
Grottes de Saint-Cézaire-sur-Siagne	Saint-Cézaire-sur-Siagne	1900	38 402	30 442	46 069
Souterrroscope Grotte de Baume Obscure	Saint-Vallier-de-Thiey	1989	6000	21 631	26 422
Grotte des Audides	Saint-Vallier-de-Thiey	1989	3865	8 335	Fermé en 2008
Musées et monuments					
Musée hors du Temps	Pierrefeu	1981	400	169	19
Centre International d'Art Contemporain CIAC	Carros	1998		14 945	Fermé en 2008
Musée de plein air préhistoire	Saint-Vallier-de-Thiey	1990		3 207	Fermé en 2008
Musée Lou Ferrouil	Gilette	1999		2 618	1 800 (donnée provisoire ou estimée)
Château de Gourdon	Gourdon	1970	40 593	28 000	15 998 (donnée provisoire ou estimée)
Musée des Arts Décoratifs et de l'Art Moderne Château de Gourdon	Gourdon	2003			3 344
Autre site					
Confiserie Florian	Tourrettes-sur-Loup	1949			74 000

Source : CRT Riviera- Observatoire du Tourisme

Ces sites constituent des pôles touristiques attractifs voir très attractifs pour certains (grottes de Saint-Cézaire-sur-Siagne et de Saint-Vallier-de-Thiey, confiserie Florian) à partir desquels pourrait rayonner la découverte du territoire.

L'étude de la fréquentation par avion peut amener certains éléments concernant la fréquentation touristique du territoire même si ce type de fréquentation ne représente qu'une part mineure de la fréquentation touristique totale du territoire. Pour certaines communes, les données n'étaient pas disponibles sur l'ensemble de la période, elles ont donc été exclues de l'analyse (13 communes du Parc, 2 pour la vallée de la Roya, 2 pour la vallée de la Tinée, 2 pour la vallée de la Vésubie et 37 pour le département).

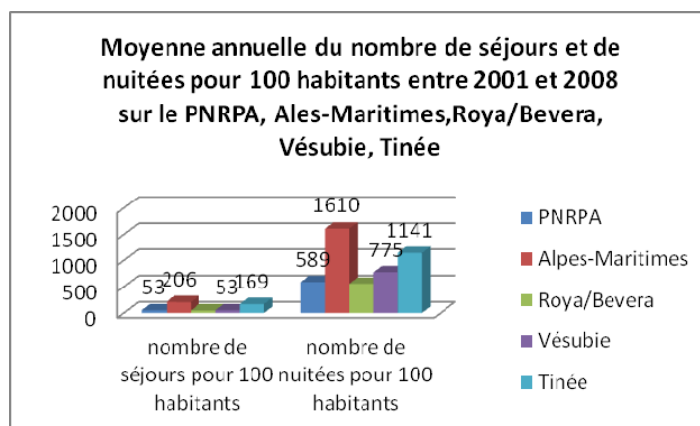
Très confidentielle en regard de la fréquentation de la zone littorale, la fréquentation du territoire par avion⁷, tant en nuitée qu'en séjours, est fortement concentrée sur les communes en limite Sud du territoire, présentant à la fois une offre touristique riche et diversifiée et d'importantes capacités d'hébergement.

Le territoire a connu une hausse significative de la fréquentation entre les périodes 1992-1999 et 2001-2008:

⁷ Analyses basées sur une enquête réalisée auprès des visiteurs venus sur la Côte d'Azur en avion.

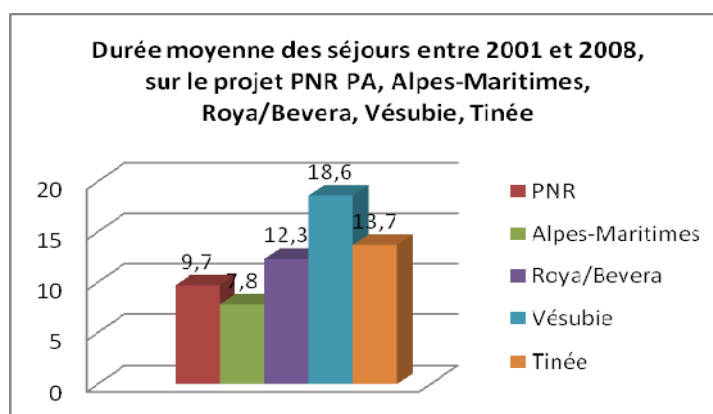
- de +39% pour les séjours notamment pour les communes d'Aiglun, Andon-Thorenc, Cabris, Carros, Gattières, Saint-Cézaire-sur-Siagne et Saint-Jeannet.
- de +24% pour les nuitées notamment pour les communes d'Andon-Thorenc, Cabris, Gattières et Gréolières.

La moyenne des nuitées pour 100 habitants est nettement plus importante à l'échelle départementale (1610) que dans les vallées de moyenne montagne retenues pour l'analyse comparée. Le territoire du projet arrive en 3e position pour les nuitées (589), proche de la Roya/Bévéra (558), mais en deçà de la Vésubie (775) et de la Tinée (1141).



Source : CRT PACA

En termes de durée moyenne des séjours, le Parc se situe au-dessus de la moyenne départementale (9,7 jours contre 7,8 jours). Ce chiffre reste en revanche inférieur à celui des autres vallées prises pour comparaison : la durée moyenne des séjours dans la vallée de la Vésubie est de 18,6 jours, celle de la Vallée de la Tinée est de 13,7 jours et celle de la vallée de la Roya, de 12,3 jours sur la période 2001-2008. La durée des séjours est plus longue en montagne que sur le littoral en lien notamment avec le prix de l'hébergement.



Source : CRT PACA

Les Préalpes d'Azur apparaissent comme un territoire encore non reconnu comme destination touristique alors qu'il est cerné par des zones touristiques reconnues internationalement (Grasse, Saint-Paul-de-Vence) et largement pratiquées. Les communes de Grasse, Vence et Tourrettes-sur-loup captent la clientèle touristique du littoral et profitent pleinement des retombées économiques liées à l'activité touristique.

5.3. Analyse qualitative de la fréquentation touristique des Préalpes d'Azur

L'enquête Montagne 06 réalisée par le CRT Riviera permet d'avoir des éléments qualitatifs de la fréquentation touristique des Préalpes d'Azur.

Selon la définition utilisée par les organismes gouvernementaux en charge du tourisme, est considérée comme touriste « toute personne en déplacement hors de sa résidence habituelle pour une durée d'au moins une nuit et de quatre mois au plus, pour l'un des motifs suivants : agrément (vacances, week-end), santé (thermalisme, thalassothérapie, etc.), missions ou réunions de toutes sortes (congrès, séminaires, manifestations sportives, pèlerinage, etc.), déplacements professionnels, voyages d'affaires et voyages scolaires »⁸.

5.3.1. L'origine géographique des touristes

En % des séjours, la clientèle française représente 66% de la fréquentation touristique des Préalpes d'Azur, les étrangers représentant 34% des touristes ce qui constitue une part non négligeable de la clientèle du territoire. Parmi la clientèle française, 12% viennent de la région Ile-de-France, pour 6% il s'agit de régionaux (hors Alpes-Maritimes) et 3% sont de la région Rhône-Alpes.

En % des nuitées, la clientèle française est majoritaire avec cependant 23% de résidents des Alpes-Maritimes. 23% des touristes sont d'origine étrangère.



Source : CRT Riviera

Les Hollandais, les Italiens et les Belges constituent la majorité de la clientèle de cette zone montagne. La clientèle italienne tend cependant globalement à diminuer.

⁸ Source : <http://www.source.asso.fr/index.php?id=284>

5.3.2. Caractéristiques de la clientèle touristique des Préalpes d'Azur

Une originalité des Préalpes d'Azur est la **prépondérance de l'hébergement non marchand** (résidence principale de parents ou amis, résidence secondaire de parents ou amis, résidence secondaire personnelle) qui domine en nuitées (55,2% du type d'hébergement) et qui représente une part importante en séjour (43,9%).

Pour les résidents des Alpes-Maritimes, la part d'hébergement marchand est réduite (21,5% en nuitées et 24,8% en séjours) en raison de l'importance des modes «famille-amis» et «résidence secondaire». Parmi des modes d'hébergement non marchands, la résidence secondaire personnelle se détache (48,4% des nuitées et 36,4% des séjours).

Pour les non-résidents dans les Alpes-Maritimes, la part de l'hébergement non marchand est également assez élevée en nuitées (48,3% contre 36,7% en séjours). Concernant l'hébergement marchand, ces touristes privilégient les meublés/locations saisonnières et le camping/caravaning.

Résidents des Alpes-Maritimes :

- Durée moyenne de séjour : 14 jours, soit en comparaison une durée moyenne de séjour supérieure à celle observée dans les vallées de la Roya/Bévéra (13,3), de la Tinée (9,8) et du Cians/Var (10) et proche de celle de la Vésubie (14,8).
- Âge moyen : 42 ans en séjours et 49,1 ans en nuitées.
- Clientèle : en séjours et en nuitées par ordre décroissant clientèle familiale avec enfants le plus souvent, groupes d'amis, en couple.
- Taille du groupe : 4,5 personnes en séjours, 4,7 personnes en nuitées.
- 53% des séjours sont constitués de groupes de plus de 3 personnes.
- Nombre moyen d'activités pratiquées : 2,5 (en nuitées) et 2,8 (en séjours)
- Activités pratiquées : 1 - se détendre, ne rien faire, se reposer, 2 – baignade en plans d'eau et rivières, 3 – balades à pied, promenades, 4 - visite de monuments et sites naturels (en séjours) randonnée pédestre en nuitées.
- Raison du choix du lieu de séjour : l'habitude, le soleil et le climat, la présence de parents ou amis, le calme, la faible fréquentation.

Résidents hors département des Alpes-Maritimes :

- Durée moyenne de séjour : 10,9 jours,
- Pour 16,5% de cette clientèle en séjours, ce séjour sur le territoire fait parti d'un itinéraire par étapes dans le Massif Alpin avec comme mode de déplacement privilégié pour 71% des répondants les déplacements doux (cyclotourisme, VTT, randonnée pédestre).

- Âgé moyen : 43,2 ans en séjours et 45,6 ans en nuitées.
- Clientèle : en séjours et en nuitées par ordre décroissant clientèle familiale avec enfants le plus souvent, groupes d'amis, en couple.
- Taille du groupe : 5,4 personnes en séjours, 4,8 personnes en nuitées.
- 63% des séjours sont constitués de groupes de plus de 3 personnes.
- Nombre moyen d'activités pratiquées : 3,7 (en nuitées) et 3,5 (en séjours)
- Activités pratiquées : 1 - balades à pied, promenades 2 – baignade en plans d'eau et rivières, 3 - se détendre, ne rien faire, se reposer, 4 - visite de monuments et sites naturels
- Raison du choix du lieu de séjour : le soleil et le climat ; la diversité et la beauté des sites ; la qualité de l'environnement, la nature ; le calme et la faible fréquentation, la présence de parents ou amis.
- 57,6% des touristes en séjours sont déjà venus sur le territoire et 66,5% des touristes en nuitées.

Les **familles**, et les groupes d'**amis** constituent la majeure partie des touristes fréquentant le territoire du PNR. La taille du groupe est évidemment corrélée avec le type de groupe (famille, amis, couple). On constate que l'espace montagne attire une **clientèle d'habités**. Le calme, propre à la montagne, mais également opposé à l'animation de la zone littorale, le climat, le cadre paysager constituent des atouts forts des Préalpes d'Azur. Globalement les activités de pleine montagne (VTT – 19%, sport eau vive – 10%, escalade – 13,3%) ne sont fréquentées que par une minorité de touristes, mais de manière intense. À noter l'équitation pratiquée par 9% des touristes. La clientèle fréquentant ce territoire est majoritairement composée à 60% d'employés/ouvriers, de professions intermédiaires, de professions libérales/profession intellectuelle supérieure, cependant 28,7% des résidents des Alpes-Maritimes en nuitées sont des retraités.

5.3.3. Les retombées économiques liées à l'activité touristique

Chaque touriste dépense en moyenne 253 € pour son séjour. La dépense moyenne par jour et par personne d'un touriste est évaluée à **15,30 €**. Lorsque le touriste utilise un hébergement marchand, la dépense moyenne augmente à près de **25,30€/jour/personne**. La dépense des non-résidents (18,30 €) est supérieure à celle des résidents (12,90 €).

La dépense moyenne (par personne) d'un excursionniste est évaluée à **22,5€**. Cette dépense est donc plus élevée que celle des touristes avec nuitée (car le total de la dépense s'attribue à une seule journée de consommation, alors que celle des touristes se répartit sur un nombre important de jours de présence). Le poste « restauration » représente 70% de la dépense moyenne globale d'un excursionniste.

La restauration est le poste de dépenses le plus important, suivi de l'hébergement

5.4. Synthèse des Atouts, Faiblesses, Opportunités et Menaces, enjeux et orientations potentiels

Atouts	Faiblesses	Opportunités	Menaces	Enjeux et orientations potentielles
<ul style="list-style-type: none"> - Une offre touristique bien distincte de l'offre littorale : loisirs, patrimoines, activités de pleine nature, cadre, paysage, tranquillité - Une offre touristique complémentaire sur l'ensemble du territoire du PNR (chaque sous territoire a ses particularités) - Un territoire offrant un cadre de vie calme et préservé - Des paysages rares et d'une exceptionnelle qualité - Un territoire très riche en matière de patrimoines naturels et culturels - Une multiplicité d'activités de pleine nature offertes sur le territoire : randonnée (à pied, à vélo, à cheval), activités d'eau vive, escalade, spéléologie, vol libre, etc. - Un secteur majeur pour la spéléologie et l'escalade - De nombreux canyons - 700 km de sentiers inscrits au PDIPR sur les cantons de Coursegoules et de Saint-Auban - Une offre intéressante de sites de découverte (Grottes de Baume obscure et de Saint-Cézaire-sur-Siagne, Observatoire de la Côte d'Azur, sites préhistoriques, etc.) - Un territoire à proximité du littoral - Une offre d'hébergement étoffée sur les franges Sud et Est du territoire 	<ul style="list-style-type: none"> - Une offre touristique encore insuffisamment structurée et valorisée à l'échelle du projet de territoire - Un territoire difficile d'accès - L'offre touristique des Préalpes d'Azur reste relativement dispersée - Le territoire ne compte que peu de pôles d'attractivité touristique structurés - Les démarches de développement touristique en cours sont très hétérogènes - Des moyens humains et financiers globalement insuffisants pour permettre une réelle structuration de l'offre touristique - Le territoire des Préalpes d'Azur, n'a pas encore su ou pu réellement tirer profit de ses potentialités - L'image et l'identité du territoire reste à clarifier - Des carences en matière d'hébergement, au centre et au Nord du territoire en termes qualitatif et quantitatif - L'hébergement non marchand est prépondérant - La résidence secondaire personnelle est le mode d'hébergement le plus fréquent - Peu de structures d'accueil, proposant le gîte et une offre d'activités de pleine nature de proximité - Une fréquentation des sites d'activités de pleine nature méconnue dans l'ensemble - Les Préalpes d'Azur connaissent, dans certains secteurs, une forte fréquentation de véhicules à moteur - Pas ou peu d'actions collectives, visant à intégrer le développement d'une filière activités de pleine nature, n'ont été entreprises - Il n'y a pas de topoguide proposant une présentation globale de l'offre d'activités de pleine nature en présence sur le territoire, en lien avec les hébergements touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Une clientèle amatrice du type d'environnement offert par le territoire qui se développe - Un type de tourisme de qualité permettant de créer une dynamique économique et sociale locale et de valoriser les patrimoines en présence - Le PNR est l'occasion de structurer et d'offrir l'offre touristique à l'échelle du territoire - Présence de pôles d'attractivité potentiels à l'intérieur du territoire - Le territoire est favorable à l'itinérance - Le territoire des Préalpes d'Azur se prête bien aux activités équestres, mais elles sont encore peu développées. - Ce type de territoire est majoritairement fréquenté par des touristes intra départementaux (territoires Alpes d'Azur), la création de liens économiques à l'année est donc possible - La clientèle est très majoritairement familiale - Une fréquentation des sites d'activités de pleine nature en constante augmentation ces dernières années (selon les observations) - Un renforcement du suivi et de l'entretien des sites et itinéraires d'activité de pleine nature ces dernières années - Les principales structures actives en matière de suivi des activités de pleine nature sur le territoire (FFME et FF Spéleo) s'investissent aussi dans des actions de connaissance en matière de biodiversité 	<ul style="list-style-type: none"> - Le manque de structuration de l'offre touristique entraîne des difficultés économiques chez les prestataires touristiques - Certains comportements observés risquent d'entraîner, à long terme, une dégradation des milieux naturels - Une incompréhension entre habitants et visiteurs du fait d'un rapport différent à la nature et aux territoires ruraux - La fréquentation excursionniste les week-ends occasionne des pressions sur les espaces naturels - Un déficit de connaissance scientifique sur l'impact réel des activités de pleine nature sur les patrimoines naturels soumis à pression 	<p>(Approfondissement de la connaissance de l'offre et des pratiques touristiques à l'échelle du territoire)</p> <p>(Conception partagée et mise en œuvre d'une stratégie de développement touristique durable à l'échelle du territoire)</p> <p>(Définition d'un positionnement et d'une image claire du territoire en matière d'offre touristique)</p> <p>(Mise en synergie de l'action en faveur du développement touristique à l'échelle du territoire)</p> <p>(Structuration de l'offre touristique notamment sur les territoires les plus ruraux)</p> <p>(Promotion touristique du territoire et de ses patrimoines dans une perspective de développement durable)</p> <p>(Identification des carences en matière d'hébergement)</p> <p>(Amélioration, en partenariat avec les structures intervenant dans le champ touristique, de l'offre et de la qualité de l'accueil en hébergement sur le territoire et labellisation)</p> <p>(Accompagnement à l'aménagement et à l'amélioration de la qualité de l'accueil des sites touristiques du territoire)</p> <p>(Développement de l'offre d'itinérance (circuits touristiques, sentiers de randonnée))</p> <p>(Adaptation des structures d'accueil au tourisme d'itinérance (aires de camping-car, relais VTT, équestres))</p> <p>(Valorisation économique, à travers la sensibilisation de la clientèle touristique et leur mise en marché de proximité des productions locales notamment agricoles, mais aussi artisanales présentes sur le territoire)</p> <p>→ Création d'itinéraires de randonnée valorisant les sites patrimoniaux du territoire, utilisant le réseau existant et, si besoin, créant de nouvelles connexions</p> <p>(Sensibilisation du public à l'impact des activités de pleine nature sur les patrimoines et élaboration et diffusion d'un guide des bonnes pratiques des activités en milieu naturel)</p> <p>(L'encadrement des pratiques dans les espaces naturels prioritaires. Permettre la pratique des activités de pleine nature respectueuse de la richesse biologique des espaces naturels)</p> <p>(La promotion de l'offre d'activités de pleine nature constituée en cohérence avec les enjeux de préservation)</p>

6. Stratégie de tourisme durable 2012 – 2016 du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

La force des paysages et l'originalité du patrimoine culturel, symbolisée par les villages de caractère à flanc de montagne et les villages perchés, sont les premiers atouts du territoire aux yeux d'un public en quête d'authenticité. Le cadre naturel est également très propice à la pratique d'activités de pleine nature, qui motivent aussi bien touristes et habitants de la zone côtière. Cependant, le développement de l'offre et de la fréquentation ne doit pas se faire au détriment de la qualité des patrimoines et du cadre de vie. Les habitants s'y montrent particulièrement vigilants.

La stratégie de développement touristique des Préalpes d'Azur consiste à révéler les potentialités de l'ensemble du territoire. Le Syndicat Mixte se positionnera en animateur de la stratégie touristique, aux côtés de ses partenaires.

La stratégie touristique du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur se résume en 5 axes forts :

- Mettre en place une gouvernance et partager les principes de la Charte européenne du tourisme durable ;
- Accompagner les professionnels dans l'amélioration de leur activité afin de permettre le développement d'un tourisme de séjour, intégré au fonctionnement environnemental et économique du territoire ;
- Révéler le territoire et valoriser les patrimoines naturels et culturels, les produits agricoles et les savoir-faire ;
- Accueillir tous les publics, sur tout le territoire, en offrant une information touristique de qualité
- Gérer la fréquentation touristique et la pratique des activités de pleine nature afin de diminuer leurs impacts.

AXE 1 - METTRE EN PLACE UNE GOUVERNANCE ET PARTAGER LES PRINCIPES DE LA CHARTE EUROPEENNE DU TOURISME DURABLE

Favoriser la concertation et mettre en réseau les acteurs sur les principes de la charte européenne du tourisme durable

Mettre en réseau les acteurs du tourisme et construire une stratégie partagée est une nécessité pour donner davantage d'envergure au projet touristique du territoire. Ce projet repose sur le développement d'un tourisme respectueux du fonctionnement environnemental, social et économique du territoire et sur la gestion de la fréquentation dans les milieux naturels. Il s'inscrit dans la démarche de la Charte européenne du tourisme durable.

La mise en réseau doit se faire aussi par delà les limites du territoire du Parc en sollicitant les échanges avec d'autres territoires en France et en Europe, afin de s'enrichir des pratiques des autres Parcs et de faire profiter d'autres espaces de nos expériences.

Réduire les déséquilibres territoriaux

Connaitre le potentiel économique du tourisme en recensant l'offre touristique et en améliorant la connaissance de la demande touristique pour anticiper les changements et les tendances afin de mieux appréhender les publics.

AXE 2 - ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DANS L'AMELIORATION DE LEUR ACTIVITE AFIN DE PERMETTRE LE DEVELOPPEMENT D'UNE OFFRE ECOTOURISTIQUE DE QUALITE

Améliorer la qualité des prestations touristiques et de l'accueil en amplifiant les démarches qualités

Le territoire des Préalpes d'Azur propose une offre touristique différente et complémentaire de celle du littoral des Alpes-Maritimes. La fréquentation actuelle du territoire est dominée par des pratiques excursionnistes de personnes résidentes ou en séjour sur le littoral. L'ambition est d'aller vers une économie touristique de séjour qui génère davantage de retombées économiques pour le territoire en faisant du Parc une destination touristique à part entière. Il convient notamment de développer la capacité d'hébergements qualifiés. Aussi, pour favoriser l'émergence d'une offre valorisant les spécificités du territoire, il est nécessaire d'assurer la promotion des prestataires qui s'inscrivent dans des démarches collectives de qualité.

Cet axe 2 de la stratégie touristique s'inscrit dans le second volet de la CETD pour accompagner les professionnels du tourisme (hébergeurs, restaurateurs, sites d'accueil du public, accompagnateurs en montagne ou autres prestataires d'activités...) dans une prise en compte plus forte des principes de la Charte européenne du tourisme durable.

AXE 3 - REVELER LE TERRITOIRE ET VALORISER LES PATRIMOINES NATURELS ET CULTURELS, LES PRODUITS AGRICOLES ET LES SAVOIR-FAIRE

Promouvoir une image valorisant les spécificités des Préalpes d'Azur

Les Préalpes d'Azur subissent actuellement un déclin de leur économie touristique, alors qu'elles se situent aux portes de l'une des premières zones touristiques françaises. Pour sortir de ce paradoxe, il y a lieu de promouvoir une nouvelle image. L'identité du territoire devra être analysée et étudiée pour

bâtir les discours de communication et de valorisation sur des bases solides. L'identité est aussi un facteur d'appartenance fort et permet de « créer » la destination touristique.

La mise en œuvre de la marque Parc naturel régional des Préalpes d'Azur constitue aussi un enjeu important pour la visibilité du Parc. C'est un outil d'identification des savoir-faire et des produits qui font l'identité du territoire. C'est aussi un moyen de reconnaissance des prestataires touristiques engagés dans des démarches de développement durable.

Valoriser et soutenir l'offre et la vie culturelle comme support de découverte du territoire

La culture fait partie des éléments de dynamisation du territoire en confortant son identité et en accentuant son attractivité. Elle renforce le lien social par les pratiques et les manifestations collectives et permet de maintenir un lien intergénérationnel et de créer un lien entre les nouveaux habitants et les natifs du territoire. Le territoire des Préalpes d'Azur, de par les forts mouvements migratoires qu'il a connus, a vu se fragiliser cette unité socioculturelle et doit trouver de nouveaux lieux d'échange.

AXE 4 - ACCUEILLIR TOUS LES PUBLICS, SUR TOUT LE TERRITOIRE, EN OFFRANT UNE INFORMATION TOURISTIQUE DE QUALITE

Développer l'information touristique et structurer l'accueil pour permettre l'accueil de tous les publics sur le territoire

Pour proposer aux visiteurs une réelle expérience écotouristique, la formation et la sensibilisation des acteurs du tourisme est une priorité. Des professionnels sensibilisés et formés à l'écotourisme sont ensuite des ambassadeurs des valeurs du territoire auprès de leurs clientèles.

En parallèle, il est indispensable de se doter d'outil de communication touristique. En effet, des documents bien renseignés, vecteurs de messages « Parc » et attractifs deviendront les compagnons de voyage des visiteurs des Préalpes d'Azur.

Rendre visible le territoire "Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Les services d'accueil touristique sont actuellement très peu développés, particulièrement au cœur et au Nord-Ouest du territoire, où il n'existe aucun Office du Tourisme. La visibilité du Parc, à travers la signalétique et les points d'accueil touristiques également répartis sur le territoire doivent corriger cette faiblesse.

Permettre une meilleure compréhension et interprétation du territoire

Il est indispensable que les habitants, acteurs locaux ainsi que les visiteurs des Préalpes d'Azur soient sensibilisés à la valeur et à la fragilité des patrimoines naturels et culturels, afin qu'ils adoptent des

comportements respectueux et qu'ils deviennent des ambassadeurs fiers de contribuer à la préservation et à la valorisation du territoire.

AXE 5 - ORGANISER LA FREQUENTATION TOURISTIQUE ET GERER LA PRATIQUE DES ACTIVITES DE PLEINE NATURE

L'itinérance comme support de découverte du territoire

L'objectif est d'aider au développement d'offres écotouristiques complètes (hébergement, activité, restauration, transport...) basées sur l'itinérance et valorisant la faculté à prendre son temps, en rupture avec les rythmes de vies urbains, et favorisant le contact humain.

Gérer, structurer et canaliser la fréquentation sur les sites les plus fréquentés et les plus sensibles

La pratique d'activités de pleine nature est l'une des motivations principales des visiteurs des Préalpes d'Azur. La fréquentation actuelle se concentre sur quelques sites attractifs, qui sont principalement localisés au Sud et qui restent peu aménagés. Le développement de l'encadrement apparaît être un moyen très efficace pour la maîtrise des impacts des activités sur les milieux naturels.

Un effort de sensibilisation et de formation est à entreprendre pour que la fonction de médiation soit correctement assurée auprès des différents publics et que les professionnels des activités de pleine nature deviennent des ambassadeurs de la préservation des patrimoines. Des instances de concertation sont à mettre en place pour gérer le multi usage des espaces et prévenir les risques de conflits d'usage.

Anticiper les effets du changement climatique

L'enjeu de diversification de l'offre d'activités de découverte est important sur les stations de moyenne montagne, qui sont mises en danger par les évolutions climatiques. Ces sites ont une vocation d'apprentissage des sports de glisse qui répond à une utilité sociale pour les populations régionales.

7. Programme d'actions 2012 - 2016

AXE 1 - Mettre en place une gouvernance et partager les principes de la Charte européenne du tourisme durable		
<i>Mettre en réseau les acteurs du tourisme et construire une stratégie partagée est une nécessité pour donner davantage d'envergure au projet touristique du territoire. Ce projet touristique reposant sur le développement d'un tourisme respectueux du fonctionnement environnemental, social et économique du territoire et sur la gestion de la fréquentation dans les milieux naturels, il s'inscrit dans la démarche de la Charte européenne du tourisme durable.</i>		
Action 1. Instaurer la concertation et travailler en partenariat	sous-action 1.1. Animer la commission tourisme-culture-éducation	déjà initié
	1.2. Accroître les relations locales, régionales, nationales et européennes	déjà initié
	1.3. Mettre en place des instances de concertation locale pour favoriser la conciliation des activités touristiques avec les autres usages du territoire	lancement 2012
2. Adhérer à la Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD)	2.1. Intégrer le volet 1 de la Charte européenne du tourisme durable	2011
	2.2. Initier la réflexion sur le second volet de la CETD en lien avec la démarche régionale	2011
3. Réduire les déséquilibres territoriaux	3.1. Réaliser un inventaire de l'offre touristique (hébergeurs, restaurateurs, activités de pleine nature...) et mieux connaître la demande des visiteurs	lancement 2012
	3.2. Intégrer les données dans un système d'information géographique constituant un outil d'aide à la décision	2013

AXE 2 - Accompagner les professionnels dans l'amélioration de leur activité afin de permettre le développement d'une offre écotouristique de qualité		
<p><i>Les Préalpes d'Azur subissent actuellement un déclin de leur économie touristique, alors qu'elles se situent aux portes de l'une des premières zones touristiques françaises. Pour sortir de ce paradoxe, il y a lieu de promouvoir une nouvelle image, nourrie par le développement d'une offre très qualitative d'activités de découverte du territoire. Pour favoriser l'émergence d'une offre valorisant les spécificités géographiques, culturelles et historiques du territoire, il est nécessaire d'assurer la promotion des prestataires qui s'inscrivent dans des démarches collectives de qualité.</i></p>		
4. Améliorer la qualité des prestations touristiques et de l'accueil en amplifiant les démarches qualité (au travers du second volet de la CETD)	4.1. Structurer et informer les professionnels du tourisme autour de la démarche d'accompagnement	lancement fin 2012 - début 2013
	4.3. Améliorer la qualité des prestations touristiques et de l'accueil en accompagnant les professionnels du tourisme dans leur démarche qualité et éco responsable	lancement fin 2012 - début 2013
	4.3. Valorisation de l'offre écotouristique	lancement fin 2012 - début 2013
Axe 3 : Révéler le territoire et valoriser les patrimoines naturels et culturels, les produits agricoles et les savoir-faire		
<p><i>Les Préalpes d'Azur subissent actuellement un déclin de leur économie touristique, alors qu'elles se situent aux portes de l'une des premières zones touristiques françaises. Pour sortir de ce paradoxe, il y a lieu de promouvoir une nouvelle image, nourrie par le développement d'une offre très qualitative d'activités de découverte du territoire. Pour favoriser l'émergence d'une offre valorisant les spécificités géographiques, culturelles et historiques du territoire, il est nécessaire d'assurer la promotion des prestataires qui s'inscrivent dans des démarches collectives de qualité.</i></p>		
5. Promouvoir une image valorisant les spécificités des Préalpes d'Azur	5.1. Développer l'image du territoire au travers de la démarche "Paniers de biens et services"	réflexion déjà initiée
	5.2. Étudier l'opportunité et la faisabilité de la mise en place d'une marque Parc naturel régional des Préalpes d'Azur	début 2012
	5.3. Valoriser le territoire du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur par un évènement dédié	2012

6. Valoriser et soutenir l'offre et la vie culturelle comme support de découverte du territoire	6.1. Réaliser un diagnostic de la vie et de l'offre culturelle et artistique	2013
	6.2. Élaborer un agenda commun des manifestations	2013-2014
	6.3. Développer les partenariats entre le littoral et le Moyen Pays	2013
Axe 4 - Accueillir tous les publics, sur tout le territoire, en offrant une information touristique de qualité		
<i>Pour atteindre les objectifs de préservation des patrimoines naturels et culturels qui font la valeur et l'originalité du territoire du Parc, il est impératif que les habitants, visiteurs et acteurs locaux soient convaincus de la richesse de ces patrimoines, et qu'ils deviennent les premiers partenaires et acteurs de leur protection.</i>		
7. Développer l'information touristique et structurer l'accueil pour permettre l'accueil de tous les publics sur le territoire	7.1. Former et informer les professionnels d'accueil et du tourisme à la richesse des patrimoines du territoire	lancement 2013
	7.2. Développer l'information touristique (se doter d'outils de communication touristique comme la carte touristique)	lancement 2012
	7.3. Diffuser l'information au sein d'une maison du Parc et de points relais du Parc	lancement réflexion en 2012
8. Rendre visible le territoire "Parc naturel régional des Préalpes d'Azur"	8.1. Mettre en place une identité visuelle pour le Parc naturel régional des Préalpes d'Azur au travers de la charte graphique du Parc	en cours de réalisation
	8.2. Mettre en place la signalétique (routière, pré-enseignes, petits patrimoines...)	lancement de la réflexion en 2012
9. Permettre une meilleure compréhension et interprétation du territoire	9.1. Permettre l'interprétation du territoire auprès de tous les publics en réalisant le schéma d'interprétation du territoire	2012
	9.2. Créer et animer des sentiers thématiques en lien avec le schéma d'interprétation	2013-2014 (après la réalisation d'un schéma d'interprétation)

Axe 5 - Organiser la fréquentation touristique et gérer la pratique des activités de pleine nature

Pour améliorer l'insertion dans le tissu économique et social local des activités de pleine nature et diminuer leur impact environnemental sur les sites sensibles, l'implication des prestataires dans la gestion des milieux naturels et dans la vie du territoire est à favoriser et des lieux de concertation et d'information sont à créer. De même, une animation pour favoriser la qualification et la certification doit être apportée. Enfin, un accompagnement des communes est à apporter pour régler les sites trop sensibles

10. Développer l'itinérance comme support de découverte du territoire	10.1. Mener une réflexion sur l'itinérance comme support d'un écotourisme utilisant les modes de circulation doux et favorisant l'allongement des séjours sur le territoire	début de la réflexion en 2012
	10.2. Développer une nouvelle offre de découverte privilégiant les modes de déplacements doux et l'itinérance	2014
11. Gérer, structurer et canaliser la fréquentation sur les sites les plus fréquentés et les plus sensibles	11.1. Accompagner les communes et les intercommunalités dans l'aménagement des sites	lancement 2013
	11.2. Mener des actions d'information et de sensibilisation auprès de l'ensemble des acteurs du territoire	en cours de réalisation (cf. action 11.2.) Continuité en 2012
12. Anticiper les effets du changement climatique en accompagnant l'adaptation des stations de ski de moyenne montagne	12.1. Favoriser la diversification des activités sur les stations de Gréolières-les neiges et de l'Audibergue	2014 -2015

FICHE ACTION 1		
INSTAURER LA CONCERTATION ET TRAVAILLER EN PARTENARIAT		
AXE 1 - Mettre en place une gouvernance et partager les principes de la Charte européenne du tourisme durable		
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:		
Article 22. Mettre en place une nouvelle gouvernance pour conduire une stratégie touristique des Préalpes d'Azur inscrite dans le cadre de la Charte Européenne du Tourisme Durable		
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Animer la mise en réseau des acteurs locaux et conduire la mise en œuvre de la stratégie touristique sur le territoire, en partenariat avec les signataires de la Charte et les partenaires institutionnels ; - Mettre en réseau les acteurs du tourisme et structurer l'offre valorisant les atouts du territoire. 	
CONTEXTE	Un parc naturel régional est un projet de territoire à l'échelle locale. Les relations intra-territoriales sont fortes et conviennent d'être maintenues et densifiées. Les relations à différentes échelles doivent aussi être densifiées.	
DESCRIPTION DE L'ACTION		
3 sous actions :		
→ Animation de la commission tourisme culture éducation	Mise en réseau et réunions régulières (environ 2 fois par an) des collectivités, partenaires institutionnels, associations, conseil de développement, conseil scientifique, élus et professionnels concernés par les thématiques tourisme, éducation et culture.	
→ Accroître les relations locales, régionales, nationales et européennes	Les relations au niveau du département des Alpes-Maritimes sont fortes elles aussi, notamment par la présence du Parc national du Mercantour qui est aussi un partenaire privilégié. Les relations internationales sont à renforcer, cela pourra notamment se faire par le biais d'un projet simple transfrontalier avec l'Italie. Relations Inter-parcs PACA, notamment dans le cadre de la Charte européenne du tourisme durable (Cf. FA 2) à l'échelle régionale.	
→ Mettre en place des instances de concertation locales pour favoriser la conciliation des activités touristiques avec les autres usages du territoire	Animer la concertation locale pour l'utilisation des sites naturels. Favoriser la mise en place de conventions, avec les propriétaires et les communes notamment pour favoriser la conciliation des activités touristiques avec les autres usages	
CALENDRIER	2011 (déjà initié) - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte. <i>Le Syndicat Mixte se positionne en relais de la politique départementale et régionale et en appui et coordination des actions des offices du tourisme et pôles touristiques.</i>	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Membres de la commission tourisme durable du Parc, professionnels et partenaires institutionnels du tourisme et des autres secteurs d'activités, experts extérieurs	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIÈRES	RESSOURCES HUMAINES
	Autofinancement	CM tourisme (5 jours par an environ)

PARTENAIRES FINANCIERS	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - 30 acteurs touristiques et partenaires mis en réseau (2012) - Au moins 2 réunions de la commission « Tourisme – éducation- Culture » par an - Un minimum de 10 participants aux réunions de la commission tourisme-éducation-culture

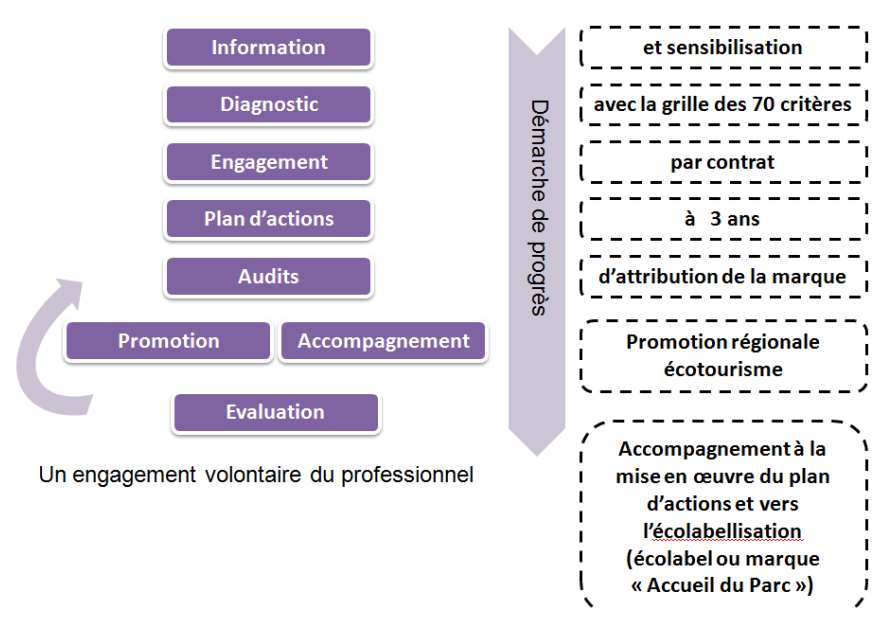
FICHE ACTION 2	
ADHÉRER À LA CHARTE EUROPÉENNE DU TOURISME DURABLE (CETD)	
AXE 1 - Mettre en place une gouvernance et partager les principes de la Charte européenne du tourisme durable	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 22. Mettre en place une nouvelle gouvernance pour conduire une stratégie touristique des Préalpes d'Azur inscrite dans le cadre de la Charte Européenne du Tourisme Durable	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place une gouvernance de la stratégie touristique partagée du territoire, impliquer les acteurs concernés et les mettre en réseau ; - Favoriser l'échange avec les autres Parcs de la région PACA, ainsi qu'avec les autres espaces naturels protégés d'Europe ayant mis en œuvre les principes de la CETD ; - Développer un tourisme respectueux de l'environnement et des hommes, axé sur la découverte des patrimoines naturels, culturels et paysagers des Préalpes d'Azur ; - Disposer au plan régional d'un outil commun en matière de tourisme durable, reconnu au niveau européen, et valorisable par les diverses institutions compétentes en la matière (Comités Régionaux du Tourisme, offices de tourisme, chambres consulaires, organisations professionnelles...) ; - Promouvoir les principes de tourisme durable auprès des acteurs touristiques des espaces concernés, et les accompagner sur le volet 2 de la CETD (cf. Fiche action 4).
CONTEXTE	<p>Dans sa Charte, le Parc a mis en avant la démarche de la Charte européenne du tourisme durable.</p> <p>Seul outil de développement touristique dans les espaces naturels reconnu au niveau européen, la CETD permet de mettre en place une méthode globale pour appliquer les principes du tourisme durable à l'échelle d'un territoire et de répondre ainsi aux attentes du public sans porter atteinte aux équilibres naturels et aux activités humaines.</p> <p>La CETD repose sur plusieurs niveaux d'engagements traduits en trois volets :</p> <ul style="list-style-type: none"> - volet 1 : engagement de l'institution gestionnaire de l'espace protégé - volet 2 : engagement des entreprises touristiques situées dans l'espace protégé - volet 3 : engagement des organisateurs de voyages vers et dans les espaces protégés
DESCRIPTION DE L'ACTION	Inscrire la stratégie de développement touristique dans un objectif de préservation, en impliquant les acteurs touristiques et la population et par l'adhésion à la Charte européenne du tourisme durable. Cette Charte engage les signataires à mettre en œuvre une stratégie locale en faveur d'un "tourisme durable", intégrant "toute forme de développement, aménagement ou activité touristiques qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans les espaces protégés
2 sous actions :	
→ Intégrer le volet 1 de la CETD	Formaliser, de manière concertée, la stratégie de développement touristique dans le cadre de la Charte européenne du tourisme durable et la traduire par un plan d'action pluriannuel. préparer la candidature du Parc à la Charte européenne du tourisme durable
→ Initier la réflexion sur le second volet de la CETD en	Participer à la démarche inter-Parcs de PACA pour l'application régionale de la Charte

lien avec la démarche régionale	européenne du tourisme durable. Il s'agit d'intégrer l'interparcs PACA et de participer à l'évolution des réflexions sur le second volet de la CETD. Adapter la méthodologie PACA au contexte local (une CRT Riviera...) en y incluant nos partenaires.	
CALENDRIER	2011 - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte et PNR Verdon comme chef de file des PNR PACA sur le second volet de la CETD	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Syndicat Mixte, CRT Riviera, Conseil Général 06, Conseil Régional PACA, autres PNR de PACA, CCI, FROTSI, CRT PACA, représentants de professionnels...	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIÈRES	RESSOURCES HUMAINES
	Volet 1 : 6500€ HT en année 1 Volet 1 : 500€ / an jusqu'à la réévaluation Volet 2 : cf. Fiche action 4	CM tourisme
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, fonds européens	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Adhésion à la Charte européenne du tourisme durable (décembre 2011) - Certification au volet 1 de la CETD par Europarc (septembre-octobre 2012) - Participation à 3 réunions interparcs PACA par an - 3 réunions avec les partenaires départementaux par an pour coordonner nos actions concernant la CETD 	

FICHE ACTION 3	
RÉDUIRE LES DÉSÉQUILIBRES TERRITORIAUX	
AXE 1 - Mettre en place une gouvernance et partager les principes de la Charte européenne du tourisme durable	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 22. Mettre en place une nouvelle gouvernance pour conduire une stratégie touristique des Préalpes d'Azur inscrite dans le cadre de la Charte Européenne du Tourisme Durable	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<p>Avoir des données actualisées sur le territoire et les intégrer les données dans un système d'information géographique (SIG) afin de les rendre visibles et de développer un outil d'aide à la décision</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mesurer et anticiper les évolutions de l'économie touristique sur le territoire ; en étudiant les attentes et les comportements des visiteurs en séjour ou en excursion (profil, pratiques, motivations, fidélisation...); - Connaître les hébergements et prestataires activité pratiquant sur le territoire (avoir 1 connaissance de l'offre touristique à jour) ; - Connaître les potentialités du territoire en matière de tourisme ; - Contribuer à la réduction des déséquilibres constatés sur le territoire du Parc dans la répartition des équipements et de la fréquentation.
CONTEXTE	En partenariat avec la mission d'observatoire du tourisme du Comité régional du Tourisme Riviera (suivi de l'offre, connaissance des clientèles et fréquentation), il s'agit de mieux connaître le tourisme sur le territoire des Préalpes d'Azur pour contribuer à la réduction des déséquilibres constatés sur le territoire du Parc dans la répartition des équipements et de la fréquentation. Il s'agit aussi de mieux connaître l'offre touristique.
DESCRIPTION DE L'ACTION	
3 sous actions :	
→ inventaire de l'offre touristique	<p>Réaliser un inventaire des professionnels du tourisme (hébergeurs, restaurateurs, activités de pleine nature...). Recenser les hébergements existants et ceux qui ont fermé récemment. Ce dernier point est important pour faciliter les démarches des porteurs de projets désirant ouvrir une activité sur le territoire.</p> <p>En parallèle, l'action consiste réaliser un inventaire des activités et les pôles d'activité du territoire (pour les professionnels du tourisme ayant leur siège social sur le territoire ainsi que ceux qui pratiquent sur le territoire des Préalpes d'Azur).</p>
→ connaissance de la demande touristique	<p>Avec l'appui de l'observatoire du tourisme Riviera ainsi que des dispositifs régionaux (tels que les enquêtes de type CORDON), améliorer la connaissance des clientèles touristiques afin de mieux cerner leurs attentes et besoins et d'anticiper les changements de comportements.</p> <p>Un travail d'évaluation de la demande et de connaissance de l'offre et des retombées de l'activité touristique sur l'économie locale ont permis d'avoir une première vision du tourisme sur le territoire des Préalpes d'Azur. Néanmoins, ce type de démarche nécessite d'être poursuivi afin d'adapter et à terme, d'évaluer l'action du Parc.</p>
→ Intégrer les données dans un système d'information géographique (SIG) comme appuis d'aide à la décision	<p>Rendre visibles les données des diagnostics par un système d'information géographique. Cela notamment afin de connaître la répartition spatiale des zones où il existe des hébergements pour connaître les zones à développer et les potentialités de réhabilitation.</p> <p>Faire le lien avec le web carto-métier tourisme et le SIG du CG06</p>

CALENDRIER	2012 - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte, CRT Riviera (Observatoire du tourisme)	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Syndicat Mixte, Conseil Régional PACA, CRT Riviera, CG 06, CCI, Prides Carac"Terres, Offices de tourisme, communes, intercommunalités, membres de la commission, Conseil de développement, gestionnaires des sites d'accueil et de découverte, professionnels	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIÈRES	RESSOURCES HUMAINES
	NC	NC
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, Conseil Général 06	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Nouvelles activités touristiques créées (source CRT). - Fréquentation touristique des hébergements et des sites (source : CRT) - Inventaire réalisé - Mise en place du SIG et taux d'utilisation 	

FICHE ACTION 4	
AMÉLIORER LA QUALITE DES PRESTATIONS TOURISTIQUES ET DE L'ACCUEIL EN AMPLIFIANT LES DÉMARCHES QUALITES (AU TRAVERS DU SECOND VOLET DE LA CETD)	
AXE 2 - Accompagner les professionnels dans l'amélioration de leur activité afin de permettre le développement d'une offre écotouristique de qualité	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 23. Positionner les Préalpes d'Azur sur un tourisme rural de qualité	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<p>Disposer d'une offre de tourisme durable à l'échelle du territoire des Préalpes d'Azur, qui peut être valorisée au niveau régional, national, voir au-delà.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travailler avec des partenaires « ambassadeurs » des valeurs du Parc - Initier au travers de ce projet un véritable partenariat avec les opérateurs du tourisme, économiques et institutionnels. - Améliorer la qualité des prestations touristiques et de l'accueil en qualifiant l'offre - Structurer les filières touristiques pour permettre la réalisation de nouveaux projets collectifs en matière de tourisme durable qui répondent aux attentes et aux envies des professionnels impliqués; - Enrichir l'offre de prestations touristiques avec l'objectif de développement durable et visant la réduction de l'empreinte écologique des infrastructures et des activités touristiques.
CONTEXTE	<p>Après la reconnaissance du territoire au titre du volet 1 de la CETD, le PNR doit profiter de cette dynamique pour engager une action avec les professionnels du territoire. En effet, le territoire souffre du manque d'hébergements de qualité. D'autre part, les PNR de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ont depuis 2008 initiés une réflexion sur le second volet de la CETD et ont élaboré une méthodologie d'accompagnement des professionnels intégrant la marque Parc. Les PNR sont actuellement en cours d'expérimentation sur cette méthode. Nous pourrions, dès la validation du Parc au premier volet de la CETD, intégrer la démarche régionale concernant le second volet de la CETD, en adaptant cette méthodologie à notre contexte local.</p>
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Le volet 2 de la CETD vise à accompagner les acteurs socio-économiques dans une démarche de progrès, pour une meilleure prise en compte du développement durable dans leur activité. Les acteurs volontaires s'engagent à mettre en place un plan d'actions individuel sur 3 ans, en cohérence avec les enjeux et la stratégie touristique du territoire.</p> <p>Autour d'une seule et même démarche, fédératrice pour le territoire, les professionnels du tourisme pourront bénéficier d'un appui partenarial dans l'accompagnement vers l'écoqualification ou la marque Parc.</p>
sous actions :	
→ Structurer et informer les professionnels autour de la démarche d'accompagnement	<p>Mettre en réseau et structurer les professionnels. Informer les professionnels du tourisme sur la démarche d'accompagnement (volet 2 CETD) afin de les faire rentrer dans cette démarche. Le Parc se place comme interlocuteur privilégié des professionnels sur le territoire des Préalpes d'Azur.</p>
→ Améliorer la qualité des prestations touristiques et de	<p>Accompagner les professionnels du tourisme dans des démarches de progrès au côté des partenaires compétents en matière d'accompagnement et de qualification (CCI Nice</p>

<p>l'accueil en accompagnant les professionnels du tourisme dans leur démarche qualité et éco responsable</p>	<p>Côte d'Azur, CG 06, CRT Riviera..).</p> <p>Travailler à la certification et à la qualification des professionnels du territoire (hébergeurs, restaurateurs, offices du Tourisme...) et développer la marque Parc (co-construite) pour les prestations « sport de nature » cf. FA 5</p> <p>Le Département des Alpes-Maritimes encourage la diversification de l'offre touristique et appuie l'obtention de labels et/ou marques nationales, tels que : Qualité tourisme, Tourisme et handicap, écolabels, auprès des prestataires touristiques.</p>	
<p>→ Valorisation de l'offre écotouristique</p>	<p>Une fois les professionnels accompagnés et labellisés (ou détenteurs de la Marque Parc) nous aurons tous les éléments pour aider à constituer une offre écotouristique performante.</p> <p>Le Département des Alpes-Maritimes soutient et accompagne en lien avec le CRT Riviera Côte d'Azur la structuration de l'information touristique et les actions d'animation, de promotion et de développement valorisant le territoire du Parc.</p> <p>cf. FA 7 pour les outils de valorisation touristique</p>	
<p>Schéma simplifié de la démarche volet 2 de la CETD mis en œuvre actuellement par les PNR de la région PACA.</p> <p>Il paraît cohérent d'utiliser cette méthode, aux côtés de nos partenaires locaux et départementaux, afin de rester dans une dynamique régionale.</p>	<div style="text-align: center;"> <p>Schéma simplifié de l'engagement d'un professionnel</p>  <p>Un engagement volontaire du professionnel</p> </div>	
<p>CALENDRIER</p>	<p>2012 – 2015 et pérennisation de la démarche</p>	
<p>MAITRE D'OUVRAGE</p>	<p>Syndicat Mixte</p>	
<p>PARTENAIRES TECHNIQUES</p>	<p>Conseil général 06, Comité régional du tourisme Riviera, Chambre de commerce et d'industries Riviera, Syndicat Mixte du PNR, autres PNR de la Région PACA, fédération des PNR, Fédération Europarc, section française d'Europarc, membres de la commission tourisme-culture-éducation</p>	
<p>COUT DE L'ACTION</p>	<p>RESSOURCES FINANCIÈRES</p>	<p>RESSOURCES HUMAINES</p>
	<p>Projet simple ALCOTRA (avec le Parc national du Mercantour) en cours de réflexion. Coût estimatif : 50 000€/an</p>	<p>CM tourisme (¼ ETP). Coordination régionale par le PNR du Verdon (CM tourisme, CM dévlp économique).</p>

PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, Conseil général 06, fonds européens
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - 80 professionnels sensibilisés à la démarche (au travers de brochures expédiées au domicile et présence aux réunions dédiées) (2012-2013) - 40 professionnels présents aux réunions de sensibilisation à la démarche (2012-2013) - 20 diagnostics réalisés (pré-diagnostic selon la méthodologie Volet 2 PACA) (donc 20 professionnels impliqués dans la démarche de progrès (2013-2014) - 12 professionnels présents aux ateliers thématiques, formations ou autre action collective (2013- 2014) - 2 ateliers thématiques organisés par an (2013) - 8 professionnels du territoire ayant obtenu un écolabel (ou Marque Parc le cas échéant) (2014-2015) (si la marque parc est déployé, objectif de 8 professionnels écolabellisés dont au moins 4 ayant obtenus la Marque Parc) - 2 actions de valorisation des professionnels mises en œuvre (2014- 2015)

FICHE ACTION 5	
PROMOUVOIR UNE IMAGE VALORISANT LES SPÉCIFICITÉS DES PREALPES D'AZUR	
Axe 3 - Révéler le territoire et valoriser les patrimoines naturels et culturels, les produits agricoles et les savoir-faire	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 23. Positionner les Préalpes d'Azur sur un tourisme rural de qualité	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Faire ressortir l'identité et valoriser les qualités spécifiques de ce territoire pour en renforcer l'appartenance ; - Développer l'utilisation de la marque Parc pour l'identification et la reconnaissance des prestations d'accueil, produits et savoir-faire caractéristiques du territoire ; - Encourager la mise en relation des professionnels des différents secteurs d'activités et le développement de projets communs ; - Veiller à la compatibilité des projets touristiques et des messages promotionnels avec l'identité du territoire.
CONTEXTE	Le territoire des Préalpes d'Azur se situe à la confluence d'autre territoire à l'identité reconnue : le Verdon, le Mercantour, Grasse, la Côte d'Azur... Il ne bénéficie pas encore d'image forte. Il y a donc tout un travail de reconnaissance de l'identité, de réappropriation, et de valorisation à faire.
DESCRIPTION DE L'ACTION	
sous actions :	
→ Développer l'image du territoire au travers de la démarche "Paniers de biens et services"	<p>La démarche « panier de bien et de services » vise à étudier les éléments identitaires forts du territoire que sont l'offre (gamme de produits : produits agricoles, produit touristique), la demande de la clientèle et l'écrin du territoire (paysages, qualité, patrimoines).</p> <p>Le Panier de biens est une offre composée de biens et de services en réponse à une demande. La constitution d'un panier de biens et de services permet de renforcer la typicité et le terroir, mais aussi le lien entre territoire et sociétés humaines (savoir-faire), ainsi que la réflexion sur la capacité de diversifier les productions.</p> <p>Dans le panier de biens et de services, le produit « phare » ou produit initial permet la découverte des autres produits et services complémentaires issus du même territoire. La mise en cohérence de produits alimentaires et de services touristiques permet un renforcement mutuel pour créer une image territoriale attractive et cohérente.</p> <p>Le « panier de biens » est une méthode pour créer de la richesse économique, environnementale et sociale et valoriser les ressources touristiques.</p>
→ Étudier l'opportunité et la faisabilité de la mise en place d'une marque Parc naturel régional des Préalpes d'Azur	L'utilisation de la marque Parc naturel régional des Préalpes d'Azur est l'un des moyens de distinguer les prestations d'accueil, les savoir-faire et les produits caractéristiques du territoire qui s'inscrivent dans des démarches exemplaires de développement durable. Elle favorise la reconnaissance par les consommateurs de l'authenticité des produits ou de la qualité des services. Elle constitue aussi un vecteur de démarcation pour les produits touristiques. L'attribution de la marque est donc un outil de développement économique que le Parc peut mettre à disposition des acteurs du territoire engagés dans des démarches collectives exemplaires. La marque Parc naturel régional permet aussi de promouvoir les produits et les démarches de qualité exemplaires d'un tourisme durable.

	<p>Mise en œuvre de cette action :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une étude d'opportunité de la mise en place de la marque Parc ; - Mettre en place une commission d'attribution de la marque Parc ; - Animer la co-construction des chartes de marquage sur la base des référentiels nationaux de la marque ainsi que des blocs filières généraux réalisés dans le cadre du volet 2 de la CETD ; - Animer, auprès des entreprises volontaires, les démarches collectives pour l'attribution de la marque Parc sur les produits et savoir-faire caractéristiques du territoire et contribuer à leur promotion. 	
<p>→ Valoriser le territoire du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur par un évènement dédié</p>	<p>Un certain nombre de manifestations culturelles sont organisées dans les Préalpes d'Azur, qui permettent à la population locale de se retrouver dans des moments collectifs festifs (événements orientés sur la culture du monde rural) et aux visiteurs de découvrir le territoire. Cette offre se distingue de celle du littoral par ses nombreuses fêtes liées au terroir et aux traditions populaires.</p> <p>Festivités et animations écoresponsable au sein du PNR pour faire découvrir ce qu'est un PNR aux visiteurs et habitants, créer du lien avec les habitants et continuer à ouvrir le dialogue. Cet évènement aura aussi comme objectif de mettre en valeur les activités du territoire, les produits et savoir-faire identitaires.</p>	
CALENDRIER	2012 - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Syndicat Mixte, Offices du tourisme, Comité régional du tourisme Riviera, communes, intercommunalités, Conseil général 06, Chambre de commerce et d'industries Riviera, Conseil de Développement, membres de la commission, Conseil régional PACA, PNR PACA	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIERES	RESSOURCES HUMAINES
	<p>Étude d'opportunité Marque Parc : stagiaire durant 6 mois</p> <p>Évènement dédié (env. 50 000€)</p>	<p>CM tourisme, CM du conseil de développement.</p> <p>À terme : CM développement économique, CM agriculture</p>
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'une étude d'opportunité sur la marque Parc (rapport de synthèse) (2012) ; - Si cela se révèle être opportun, mise en place d'une charte de marquage sur l'hébergement et 1 par type d'activité de pleine nature identifiée comme prioritaire pour le marquage ; - Entre 4 et 8 entreprises labellisées et marquées Parc (cf. Fiche action 4 en lien avec la charte européenne du tourisme durable) à l'échéance de 2014-2015 ; - Les visiteurs de PNR doivent être en mesure de citer 3 éléments identitaires du territoire (produits, paysages, services, actions...). Cet indicateur pourra être vérifié par des enquêtes terrain et des enquêtes chez les prestataires détenteurs de la marque Parc (échéance à 5 ans). 	

FICHE ACTION 6	
VALORISER ET SOUTENIR L'OFFRE ET LA VIE CULTURELLE COMME SUPPORT DE DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE	
Axe 3 - Révéler le territoire et valoriser les patrimoines naturels et culturels, les produits agricoles et les savoir-faire	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 21. Renforcer l'offre culturelle des territoires ruraux isolés et développer les actions de valorisation des patrimoines culturels	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Prendre appui sur la notoriété des communes les plus urbaines à l'entrée du Parc au Sud et à l'Est pour en faire le fleuron du tourisme culturel ; - Mettre en valeur les richesses patrimoniales des vallées du Nord (Séranon, Caille, Andon, Valderoure, Saint-Auban, Chanan et Estéron) pour une meilleure diffusion de la fréquentation ; - Accentuer l'attractivité du territoire ; - Renforcer le lien social, maintenir le lien intergénérationnel et créer du lien entre les nouveaux habitants et les natifs ; - Permettre l'accès de tous à la culture et à l'expression artistique.
CONTEXTE	La culture est un élément de dynamisation du territoire.
DESCRIPTION DE L'ACTION	
3 sous actions	
→ Réaliser un diagnostic de la vie et de l'offre culturelle et artistique	<p>Connaitre les manifestations, évènements, associations, artistes, artisans d'art, acteurs culturels et lieux de pratique, de diffusion, de création afin d'identifier les besoins matériels, de formation et d'échange d'expériences</p> <p>Puis, dans un second temps, inventorier et rechercher, en étroite collaboration avec les communes du territoire, les besoins en matière d'équipements d'accueil et d'activités culturelles.</p>
→ Élaborer un agenda commun des manifestations	Favoriser la mise en réseau des acteurs culturels et l'élaboration d'un agenda commun des manifestations. Tisser les liens avec l'offre culturelle du littoral et veiller à sa complémentarité. Puis diffuser l'information sur les manifestations à l'échelle du territoire du Parc par le biais d'un agenda culturel ou agenda des manifestations.
→ Développer les partenariats entre le littoral et le Moyen Pays	<p>Permettre aux projets structurants de la vie artistique et culturelle (Théâtre de Grasse, Piste d'Azur, Compagnie Castafiore, etc.), notamment soutenus par le Conseil Général des Alpes-Maritimes, le Conseil Régional PACA et la DRAC, de mieux s'adresser aux publics d'un territoire élargi, en développant plus largement leur action et leur collaboration sur le territoire.</p> <p>Soutenir particulièrement les communes et intercommunalités les plus rurales pour l'élaboration de projets culturels. Favoriser la mutualisation des moyens.</p>
CALENDRIER	2013 - 2015
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte
PARTENAIRES TECHNIQUES	Offices du tourisme, Comité régional du tourisme Riviera, communes, intercommunalités, Conseil général 06, Chambre de Commerces et d'Industries 06,

	associations	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIERES	RESSOURCES HUMAINES
	NC	CM tourisme. À terme CM culture
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur	
INDICATEURS RESULTATS	DE	<ul style="list-style-type: none"> - 2 actions de valorisation des patrimoines culturels ; - Mise en place d'un guide des manifestations, distribué dans toutes les communes (2013 -2014) ; - 3 communes ou intercommunalités accompagnées par an sur la thématique culturelle (2013) ; - 2 réunions par an avec les acteurs culturels.

FICHE ACTION 7	
DÉVELOPPER L'INFORMATION TOURISTIQUE ET STRUCTURER L'ACCUEIL POUR PERMETTRE L'ACCUEIL DE TOUS LES PUBLICS SUR LE TERRITOIRE	
Axe 4 - Accueillir tous les publics, sur tout le territoire, en offrant une information touristique de qualité	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES :	
Article 26. Sensibiliser les habitants et usagers du territoire à la fragilité des patrimoines des Préalpes d'Azur	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Fournir aux professionnels les outils pour rester compétitifs et toujours mieux appréhender les changements de comportement des clientèles ainsi que les changements globaux. De cette manière, les accompagner dans le maintien de leur activité économique - Améliorer les connaissances des professionnels du tourisme aux enjeux du territoire et aux problématiques du tourisme durable - Améliorer la qualité de l'accueil et de l'information envers les visiteurs
CONTEXTE	
DESCRIPTION DE L'ACTION	
sous actions :	
→ Former et informer les professionnels du tourisme	<p>Proposer des formations aux professionnels du tourisme (offices du tourisme, prestataires d'activités, hébergeurs...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des « formations au territoire » sur les patrimoines, etc. En effet, il est fondamental d'assurer des formations pour les professionnels du tourisme et les différents acteurs afin qu'ils s'approprient au mieux les richesses de leur territoire (milieux naturels, sites historiques et culturels...); - Des formations pour leur permettre de s'améliorer au niveau de leur pratique professionnelle. En effet, ces moments sont aussi pour les professionnels, le moyen d'évoluer professionnellement dans leurs pratiques et dans leur connaissance de leur domaine. Ce sont ainsi des moments privilégiés pour rester « compétitifs » et cela requiert une importance particulière, pour le maintien leur activité économique notamment. <p>Actions à réaliser en lien avec le CRT Riviera.</p>
→ Développer l'information touristique (se doter d'outils de communication touristique)	<p>Après avoir réalisé un plan de communication et mis en place une identité visuelle et une charte graphique (Cf. action 8), le PNR se dotera d'outils de communication à destination des visiteurs (ex. Carte touristique, « web-app », etc.).</p> <p>Ainsi, il convient d'organiser la communication du Parc par des outils spécifiques à la diffusion de l'information (plaquettes, site internet, brochures, cartes, etc.)</p> <p>Le Département des Alpes-Maritimes soutient et accompagne en lien avec le CRT Riviera Côte d'Azur la structuration de l'information touristique et les actions d'animation, de promotion et de développement valorisant le territoire du Parc.</p>
→ Diffusion de l'information au sein d'une maison du Parc et de points relais du Parc	<p>Doter le territoire d'une Maison du Parc au moins à l'échéance de la Charte, destinée à l'accueil et à la rencontre des habitants et des visiteurs autour d'événements culturels et éco-citoyens et d'une mise en scène et en débat de l'histoire et des enjeux du territoire</p> <p>Mutualiser des moyens avec les communes et intercommunalités pour constituer un réseau de points d'accueil du Parc, associés à la fonction d'information touristique pour pallier l'absence d'Offices du Tourisme sur certaines parties du territoire. Lancer la réflexion sur un réseau de points d'accueil répartis sur le territoire en lien avec le</p>

	schéma d'interprétation (Cf. action 9). Aussi, utiliser les IPAD mis à disposition dans les hébergements qualifiés « Tourval café » comme support pour diffuser les informations touristiques du Parc.	
CALENDRIER	2012 - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte, Communes, Intercommunalités	
PARTENAIRES TECHNIQUES	CDRP Nice, Conseil régional PACA, Conseil général 06, Comité régional du Tourisme Riviera	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIERES	RESSOURCES HUMAINES
	Outils de communication (env 30 000€/an) Equipements de la maison du Parc et de points relais (env 100 000€)	CM tourisme PNR PA, CM tourisme CRT Riviera. <u>À terme</u> : CM communication, CM éducation au territoire
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - 3 outils de communication créés et diffusés dans les 3 ans - 1 formation réalisée par an par le PNR et 1 formation réalisée par an par le CRT Riviera pour les professionnels du tourisme des Préalpes d'Azur - Résultat de l'étude sur la maison du Parc et les points relais (2013) 	

FICHE ACTION 8	
RENDRE VISIBLE LE TERRITOIRE "PARC NATUREL RÉGIONAL DES PREALPES D'AZUR"	
AXE4 -Accueillir tous les publics, sur tout le territoire, en offrant une information touristique de qualité	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 26. Sensibiliser les habitants et usagers du territoire à la fragilité des patrimoines des Préalpes d'Azur	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Améliorer l'information des visiteurs, tout en respectant les paysages et en facilitant le développement économique ; - Avoir une signalétique homogène sur le territoire du Parc ; - Faire connaître le Parc et son identité en le rendant visible ; - Permettre une meilleure compréhension de l'action du Parc sur le territoire.
CONTEXTE	Un Parc naturel régional doit être signalé pour être « visible » aux yeux des visiteurs et de ses habitants. D'autant plus pour un parc « en naissance ». Ainsi, il faut que le périmètre du parc soit visible et visualisable. Il est aussi important que les visiteurs aient l'information nécessaire pour être conscient de la plus value du Parc, et ainsi renforcer l'adhésion au Parc.
DESCRIPTION DE L'ACTION	
sous actions :	
→ Réalisation de plan de communication et de la charte graphique du Parc	<p>La mise en œuvre du plan de communication du Parc est une étape incontournable dans la connaissance et l'amélioration de l'image du territoire de Parc. Ce plan détermine les différentes cibles prioritaires ainsi que les messages et les supports (ou médias) pour faire passer les messages aux cibles.</p> <p>Une fois ce plan de communication réalisé, il convient de réaliser l'identité visuelle et la charte graphique du Parc. Il s'agit aussi d'une étape indispensable pour faire connaître et reconnaître le territoire aisément à tous les publics. Il s'agit de trouver une identité forte, dynamique, nouvelle, en rupture avec les chartes graphiques existantes, pour donner une image dynamique. L'objectif étant que cette charte soit appropriée par tous. L'identité visuelle et la charte graphique du Parc ont toute leur importance, c'est elle qui rend identifiable et reconnaissable tout support du Parc, en un seul coup d'œil.</p> <p>Le site Internet du Parc est aussi un outil important en terme d'information concernant les publics. Ce sera, en plus d'être un centre de ressource à destination des professionnels, partenaires et communes, une plateforme d'information pour les visiteurs et habitants. Afin d'être aussi en accord avec son époque et les comportements des visiteurs, nous prévoyons aussi une ou plusieurs « web app » pour que notre site internet puisse être consulté via un Smartphone, avec une ergonomie adaptée et agréable. Sachant que de plus en plus de personnes sont dotées de ces outils et que c'est un moyen d'avoir accès à l'information sur le lieu de séjour. Nous souhaitons que les visiteurs puissent avoir accès à l'information concernant le Parc depuis leur mobile. Sans toutefois oublier toutes les autres clientèles qui ne possèdent pas ces outils, il s'agit seulement d'être présent aussi sur ce canal.</p>
→ Mettre en place la signalétique (routière, préenseignes, petits patrimoines...)	<p>2 sous-actions majeures :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la signalétique routière et de signalisation d'entrée dans le territoire du PNR ; - la signalétique touristique et de valorisation des patrimoines (petits patrimoines...) Il s'agit notamment d'identifier et de valoriser par une signalétique le patrimoine vernaculaire

	<p>Pour la première étape, un travail conséquent de concertation avec les collectivités pour l'installation d'une signalétique touristique homogène sur le territoire qui identifie le Parc est à prévoir.</p> <p>Le travail sur cette première étape commencera dès la création du PNR, quant à la seconde partie, la réflexion sera lancée en même temps et réalisée par la suite.</p>	
CALENDRIER	2011 - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte, CG06 , communes du Parc	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Région, CG06, communes, professionnels, Communes, intercommunalités, CG06, Syndicat Mixte, Région, Conseil de Développement	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIERES	RESSOURCES HUMAINES
	Site Internet (env. 15 000€) Signalétique PNR (env 100 000€) Signalétique petit patrimoine (env.500 000€)	CM tourisme, CM urbanisme et paysage
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'un groupe de travail « signalétique » intégrant les communes - D'ici 2013, mise en place des panneaux d'entrée du PNR aux portes du territoire - D'ici 2013, mise en place d'un panneau signalétique déposé et réalisé par commune du Parc - Réalisation du plan de communication (2011) - Réalisation de la charte graphique (distribution aux élus et communes le guide d'utilisation du logo de la charte) (2011) - Refonte du site Internet du Parc (2012) 	

FICHE ACTION 9	
PERMETTRE UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION ET INTERPRÉTATION DU TERRITOIRE	
AXE4 -Accueillir tous les publics, sur tout le territoire, en offrant une information touristique de qualité	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 26. Sensibiliser les habitants et usagers du territoire à la fragilité des patrimoines des Préalpes d'Azur	
OBJECTIFS DE L’ACTION	<ul style="list-style-type: none"> – Proposer une image du territoire bien identifié ; – Obtenir l’adhésion de tous les publics aux missions du Parc ; – Adapter les équipements, activités, publics et leur distribution dans le temps et dans l’espace en fonction des ressources, des médias, des acteurs des caractéristiques et des contraintes des territoires ; – Identifier les atouts d’un site ; – Se doter d’un outil d’aide à la décision.
CONTEXTE	<p>Le schéma d’interprétation est un outil indispensable d’aide à la décision pour les communes et pour le territoire des Préalpes d’Azur de manière plus générale. Il s’agit de dresser en amont de tout projet les grandes lignes de la communication territoriale patrimoniale pour éviter la banalisation des propositions et bien spécifier l’identité du territoire.</p> <p>Au stade actuel du projet de Parc naturel régional, une telle action permettrait d’anticiper les dérives de banalisation des messages et d’anticiper les attentes des visiteurs en matière de visite des sites.</p>
DESCRIPTION DE L’ACTION	
sous actions :	
→ Permettre l’interprétation du territoire auprès de tous les publics en réalisant le schéma d’interprétation du territoire	<p>Le schéma d’interprétation est l’outil de planification. Il vise à donner aux gestionnaires les moyens de prendre les meilleures options dans leur projet de mise en valeur. (Limiter les risques d’erreur et d’incohérence, structurer une image propre à l’ensemble du territoire).</p> <p>L’interprétation est un outil pour la traduction de sites naturels, culturels ou patrimoniaux. Elle permet de donner du sens aux différents éléments observés par un visiteur sans entrer dans des explications ou une démarche scientifique.</p> <p>Le concept d’interprétation est né à la suite d’une étude menée par Freeman Tilden auprès des animateurs des parcs nationaux américains dans les années 50. Ce journaliste a extrait les règles qui lui semblaient expliquer la réussite des visites de ces sites remarquables auprès des visiteurs. En 1957, il a formalisé le concept d’interprétation dans un ouvrage intitulé « Interpreting our Heritage ».</p> <p>Le concept tient en 5 grands principes :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Le premier principe invite à se mettre à la place des visiteurs en essayant d’éliminer nos particularités culturelles de cette analyse. – Le deuxième principe évoque le fait que nous retenons plus facilement une histoire construite plutôt qu’une multitude d’éléments séparés sans liens entre eux. – Le troisième principe propose de s’appuyer sur la personnalité des visiteurs pour leur parler avec les mots qu’ils comprendront le mieux. Il faut utiliser des éléments familiers pour permettre au visiteur de se projeter dans le site qu’il visite. – Le quatrième principe propose d’utiliser l’ensemble des connaissances pour

	<p>construire une « œuvre artistique » afin de livrer au visiteur un objet accessible et non une somme de renseignements « universitaires ».</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cinquième principe rappelle que trop d'informations ou trop peu nuisent à l'appropriation du site par le visiteur. <p>Le plan d'interprétation permet de structurer une image propre à un territoire, en prenant en compte toutes les données (économiques, humaines, patrimoine naturel et culturel). Cette image, une fois identifiée, est destinée à devenir un élément de notoriété et un support d'aménagement et de communication pour l'ensemble des acteurs. Elle donnera aux gestionnaires les moyens de retenir les meilleures options dans leurs projets de développement.</p> <p>La notion d'interprétation se caractérise par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la mise en valeur par la spécificité du lieu ("nulle part ailleurs..."), - l'accroche immédiate au public destinataire (ça "lui" parle, personnellement, ça le fait réagir...), - l'intégration dans la culture et la société locale ("allez le voir, je vous le recommande...ça parle vraiment de chez nous"), - le déploiement d'un fil conducteur englobant dans une seule thématique diverses approches et faisant appel à plusieurs types "d'intelligence" (affective, visuelle, kinesthésique, poétique, humoristique, etc.) ainsi à la perception par les cinq sens, - enfin une réalisation faisant appel à des compétences diversifiées (artistiques, littéraires, pratiques, techniques, etc.). 	
<p>→ Créer et animer des sentiers thématiques en lien avec le schéma d'interprétation</p>	<p>Valoriser les patrimoines en lien avec le schéma d'interprétation. Sur des secteurs géographiques (ou sous-territoire), selon les axes déterminés par le schéma d'interprétation, Il conviendra d'orienter les actions d'interprétation pour qu'elles soient en adéquation avec le schéma d'interprétation.</p> <p>Cette action est la déclinaison opérationnelle du schéma d'interprétation.</p>	
<p>CALENDRIER</p>	<p>2012 - 2015</p>	
<p>MAITRE D'OUVRAGE</p>	<p>Syndicat Mixte</p>	
<p>PARTENAIRES TECHNIQUES</p>	<p>Syndicat mixte, communes, intercommunalités, association du patrimoine, CDRP Nice, éducation nationale, Conseil de Développement, Syndicat mixte, communes, intercommunalités, associations, CDRP Nice</p>	
<p>COUT DE L'ACTION</p>	<p>RESSOURCES FINANCIERES</p> <p>NC (coût d'une étude si externalisée) Valorisation du tps de travail si internalisé</p>	<p>RESSOURCES HUMAINES</p> <p>CM tourisme, CM urbanisme, intervenants extérieurs et stagiaires.</p>
<p>PARTENAIRES FINANCIERS</p>	<p>Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur</p>	
<p>INDICATEURS DE RESULTATS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation du schéma d'interprétation (2013) - Restitution et diffusion du schéma d'interprétation aux communes - Nombre de propositions faites aux communes (entre 3 et 5) 	

FICHE ACTION 10	
DÉVELOPPER L'ITINÉRANCE COMME SUPPORT DE DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE	
Axe 5 - Organiser la fréquentation touristique et gérer la pratique des activités de pleine nature	
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:	
Article 24. Gérer les flux récréatifs en structurant les activités de pleine nature	
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner le développement des produits écotouristiques ; - Valoriser les mobilités douces ; - Permettre de tisser des liens entre villages et entre acteurs du territoire (acteurs touristiques, acteurs agricoles...); - Renforcer les liens extraterritoriaux ; - Valorisation conjointe des circuits d'itinérance existant sur le territoire.
CONTEXTE	<p>La situation géographique du Parc naturel régional des Préalpes d'Azur est intéressante. En effet, si on observe une carte de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, on observe que ce territoire est dans la continuité des autres Parcs depuis le parc des Alpilles et aussi qu'il est relativement proche géographiquement du Parc national du Mercantour. Cette continuité peut être exploitée. En effet, cette spécificité encourage à l'itinérance à grande échelle et on sait aujourd'hui que les clientèles touristiques qui se sont rendues dans un Parc apprécient connaître les autres Parcs.</p> <p>Au niveau local, il en est de même, un grand nombre de sentiers de randonnées et de routes draine le territoire. On peut, par exemple citer les chemins du soleil (GTA) qui parcourt notre territoire.</p> <p>À noter que les séjours itinérants sont assez nombreux dans les Préalpes d'Azur. En effet, il apparaît que près d'un visiteur sur 10 réalise un séjour itinérant. Il s'agit le plus souvent de randonnées pédestres.</p> <p>L'itinérance représente un potentiel écotouristique important, de part sa pratique des autres mobilités, de part les liens qu'il tisse.</p>
DESCRIPTION DE L'ACTION	
sous actions :	
→ Mener une réflexion sur l'itinérance comme support d'un écotourisme utilisant les modes de circulation doux et favorisant l'allongement des séjours sur le territoire	Mener une réflexion dans le cadre d'une démarche sur le tourisme itinérant permettant une mise en réseau des activités et services touristiques et une valorisation et un renforcement des modes de déplacement alternatifs.
→ Développer une nouvelle offre de découverte privilégiant les modes de déplacements doux et l'itinérance	<p>Développer une nouvelle offre de découverte privilégiant les modes de déplacements doux et positionner les Préalpes d'Azur comme territoire de référence pour la politique départementale de développement des itinéraires équestres, de randonnée pédestre et VTT. Cela peut se faire notamment au travers « boucles à vélo » de découverte du territoire, les circuits VTT, sentiers équestres, etc. Il convient de valoriser l'offre existante.</p> <p>Inscrire les Préalpes d'Azur dans la mise en valeur des tracés touristiques prévus par le Schéma d'orientation des itinéraires de véloroutes et de voies vertes (SRVRVV) de PACA : la Provençale et le Transalpes ainsi que dans la stratégie départementale de développement touristique via sa déclinaison de boucles touristiques à vélo.</p>

CALENDRIER	2012 - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Communes, intercommunalités, Conseil général 06, Grande Traversée des Alpes, Conseil de Développement, membres de la commission tourisme – éducation - culture	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIERES	RESSOURCES HUMAINES
	NC	CM CDD et CM tourisme PNR pour la coordination de l'action sur le territoire et en interparcs PACA
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur	
INDICATEURS DE RESULTATS	– Édition d'un document de valorisation de l'itinérance sur le territoire du Parc	

FICHE ACTION 11		
GÉRER, STRUCTURER ET CANALISER LA FRÉQUENTATION SUR LES SITES LES PLUS FRÉQUENTES ET LES PLUS SENSIBLES		
Axe 5 - Organiser la fréquentation touristique et gérer la pratique des activités de pleine nature		
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:		
Article 24. Gérer les flux récréatifs en structurant les activités de pleine nature		
OBJECTIFS DE L’ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser les usagers du territoire au respect des patrimoines et à la connaissance de l’outil Parc ; - Limiter les impacts des pratiquants sur le milieu naturel ; - Mieux gérer la fréquentation en informant les publics ; - Identifier et qualifier la fréquentation (nombre de visiteurs, flux, fréquence des déplacements, types de publics, durée du séjour...) ; - Concilier les usages entre pratiquants APN, visiteurs, agriculteurs, chasseurs, etc. 	
CONTEXTE		
DESCRIPTION DE L’ACTION	Permettre une meilleure prise de conscience de la richesse des patrimoines du territoire et ainsi une meilleure protection de ces patrimoines au travers d’une équipe de sensibilisation	
sous actions :		
→ Accompagner les communes et les intercommunalités dans l’aménagement des sites	<p>Canaliser la fréquentation sur les sites les plus fréquentés et/ou mieux accueillir les visiteurs. Aires d’accueil et de stationnement, par la signalisation. Accompagner les communes et les intercommunalités dans les aménagements de sites</p> <p>Gérer les flux récréatifs par l’aménagement d’aires d’accueil et de stationnement, par la signalisation et par le développement d’une offre de services près des centres des villages</p>	
→ Organiser la concertation pour prévenir les risques de conflits d’usage	cf. FA 1 - Instaurer la concertation et travailler en partenariat. Mise en place d’un groupe de travail Activité de pleine nature (2012-2013).	
→ Mener des actions d’information et de sensibilisation auprès de l’ensemble des acteurs du territoire	Mettre en place une équipe de sensibilisation : les « ambassadeurs du Parc » pour la sensibilisation du public sur les sites les plus fréquentés. Cette équipe aura aussi comme objectif de sensibiliser les habitants et les visiteurs aux comportements qu’il est nécessaire d’adopter pour préserver les valeurs, les patrimoines et les ressources du territoire.	
CALENDRIER	2013 – 2015 (action des ambassadeurs du Parc déjà initiée en 2011)	
MAITRE D’OUVRAGE	Syndicat Mixte	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Syndicat Mixte, communes, intercommunalités, Fédération des chasseurs 06, gestionnaires des sites Natura 2000, enseignants, Gestionnaires de sites (OCA, Courmettes), Chambre d’Agriculture 06.	
COUT DE L’ACTION	RESSOURCES FINANCIERES	RESSOURCES HUMAINES
	Pour le dispositif d’ambassadeurs du PNR : 25 000€ pour 4 « ambassadeurs »	CM tourisme pour la coordination de l’équipe des ambassadeurs, équipe

	sur 2 mois En 2012 : 4 personnes sur 4 mois	saisonnaire des ambassadeurs, CM éducation (formation) CM patrimoine naturel (formation et lien patrimoine naturel)
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, DREAL Rhône-Alpes (dans le cadre du Plan national Loup pour la sensibilisation au pastoralisme et aux chiens de protection).	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - 30 opérations de sensibilisation menées in situ par an ; - 10 interventions dans les écoles par an ; - A minima 8 prestataires d'activité de pleine nature ayant bénéficié d'une sensibilisation ; - D'ici 5 ans, présence d'informations sur l'ensemble du territoire dans les sites attractifs ; - D'ici 4 ans, a minima 5 prestataires d'activités de pleine nature intégrés dans la démarche du volet 2 de la CETD ; - Evolution de la fréquentation des sites et visualisation sur la cartographie. 	

FICHE ACTION 12		
ANTICIPER LES EFFETS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE EN ACCOMPAGNANT L'ADAPTATION DES STATIONS DE SKI DE MOYENNE MONTAGNE		
Axe 5 - Organiser la fréquentation touristique et gérer la pratique des activités de pleine nature		
ARTICLES DE LA CHARTE 2012 -2024 CONCERNES:		
Article 24. Gérer les flux récréatifs en structurant les activités de pleine nature		
OBJECTIFS DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Participer au renforcement et à la diversification de l'offre touristique hivernale ; - Favoriser la diversification des activités dans le temps et en termes d'activités à pratiquer ; - Développer des actions exemplaires de développement durable dans les domaines de l'énergie, de l'impact sur les milieux naturels, de l'éco-construction, etc. 	
CONTEXTE	L'enjeu de la diversification de l'offre d'activités de découvertes est particulièrement importante sur les stations de moyenne montagne, qui sont mises en danger par les évolutions climatiques. Ces sites ont une vocation d'apprentissage des sports de glisse qui répond à une utilité sociale pour les populations régionales et elle contribue au renouvellement de la clientèle des skieurs des grandes stations.	
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Anticiper les effets du changement climatique en accompagnant l'adaptation des stations de ski de moyenne montagne Stations de Gréolières et l'Audibergue.</p> <p>Faire la promotion des activités existantes pour lesquelles il existe un déficit de communication, sur un public cible puisque la plupart des activités proposées ne sont pas à destination d'un public de masse.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer des journées d'échange avec les prestataires et actions de sensibilisation des pratiquants sur l'impact environnemental des pratiques hivernales ; - Valoriser la diversité des activités hiver et été et leur fonction d'activité de découverte des milieux et du patrimoine ; <p>Le parc apportera notamment son concours sur les actions de minimisation d'impact sur le milieu (sensibilisation des pratiquants) et la valorisation du patrimoine et du lien au territoire à travers ces activités.</p>	
CALENDRIER	2014 - 2015	
MAITRE D'OUVRAGE	Syndicat Mixte, conseil général 06	
PARTENAIRES TECHNIQUES	Syndicat mixte de gestion de l'Audibergue et du Cheiron, communes, intercommunalités, CG06, Syndicat Mixte	
COUT DE L'ACTION	RESSOURCES FINANCIERES	RESSOURCES HUMAINES
	NC	CM tourisme. À terme : chargé de mission éducation
PARTENAIRES FINANCIERS	Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, Conseil général 06	
INDICATEURS DE RESULTATS	<ul style="list-style-type: none"> - 1 document d'information –sensibilisation réalisé - 1 journée d'échanges et de sensibilisation réalisée - 15 participants aux formations et journées de sensibilisation 	

8. GLOSSAIRE

ADEME Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'énergie

AEM Accompagnateur en montagne

APN Activité de Pleine Nature

CAUE Conseils d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement

CDD Conseil de Développement du Parc

CDT Comité Départemental du Tourisme

CDT 06 Comité Départemental du Tourisme des Alpes Maritimes

CETD Charte Européenne de Tourisme Durable

CG Conseil Général

CG 06 Conseil Général des Alpes-Maritimes

CM Chargé de Mission

CR Conseil Régional

CRT Riviera Comité Régional du Tourisme Riviera

CRT PACA Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur

ETP Equivalent Temps Plein

EPCI Établissement Public de Coopération Intercommunale

FEADER Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural

FEDER Fonds Européen de Développement Régional

LEADER Liaison Entre Action de Développement de l'Economie Rurale

NC Non Communiqué

OT Office du Tourisme

OTSI Office de tourisme et Syndicat d'initiative

PACA Provence-Alpes-Côte d'Azur

PDIPR Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée

PIT Plan Intégré Transfrontalier

PNR Parc naturel régional

PNRPA Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

SM Syndicat Mixte