

Compte-rendu Commission Tourisme durable

24/06/2021 – Firbeix, salle polyvalente – 18h

La réunion est animée par :

Jean-Pierre Pataud, Vice-Président chargé du Tourisme durable
Delphine Coudert, Responsable Communication touristique et numérique - PNR
Pauline Guillot, Chargée de mission Tourisme durable – PNR

Présents :

Braud Véronique	Déléguée PNR commune de Pensol
Denis Sandrine	Déléguée PNR commune de Nontron
Garrigou-Grandchamp Chantal	Déléguée PNR commune de Videix
Longieras Henry	Délégué PNR commune de Jumilhac-le-Grand
Pelisson Claudine	Déléguée PNR commune de Nontron
Seegers Henri	Délégué PNR commune de Miallet
Venn-Cintas Janet	Déléguée PNR commune de Saint-Estèphe

Excusés :

Cournarie Pascal	Délégué PNR commune de Jumilhac-le-Grand
Garaud Muriel	Déléguée PNR commune de Rochechouart
Molina Dominique	Déléguée PNR commune de Mareuil-en-Périgord
Vidalenc Anne	Déléguée PNR commune de Gorre
Viroulet Albert	Délégué PNR comcom Ouest Limousin

ORDRE DU JOUR

- * Introduction et rappel des objectifs.
- * Tour de table.
- * Retour sur le groupe de travail Communication touristique.
- * Retour sur le groupe de travail Actions Tourisme durable.
- * Atelier réflexion.
- * Conclusions.

RETOUR SUR LE GROUPE DE TRAVAIL COMMUNICATION TOURISTIQUE et ECHANGES

1- Rappel des grands objectifs.

Une communication intelligente :

- *évaluée*
- *adaptée*

Une communication ciblée :

- *thématique*
- *de qualité*

Une communication interactive :

Une communication commune sur les grands itinéraires du Parc, ou traversant le Parc, au-delà des limites départementales.

Une communication sur les démarches partenariales (marque Valeurs Parc, réseau Tourisme durable)

Distinguer les différents types de communication selon les cibles :

- *communication d'image : communication d'appel, plus ciblée sur un territoire nature...*
- *communication sur les lieux emblématiques et caractéristiques du territoire (visites, marchés...)*
- *communication sur les activités de découverte : sur place, pour les habitants. Proposer des découvertes durables près de chez nous.*

2- Outils de communication

Papier

- *Carte touristique à conserver et renouveler.*
- *Le touriste doit être au cœur de la communication touristique*
- *Agenda des manifestations (service Culture)*
- *Grande Boucle du Parc*
- *Utiliser les moyens de communication hors PNR : bulletins municipaux pour les habitants, presse hebdo, ...*

Par le passé des affiches du Parc avaient été réalisées par le service Communication. Certains OT et prestataires les gardent affichées dans les espaces d'accueil. Envisager d'en rééditer ?

La communication doit être approfondie à destination des Mairies et Communautés de Communes. Il faut envoyer l'info en amont et régulièrement pour l'édition des Bulletins Municipaux (certaines collectivités en proposent 2 à 5 par an). Il faut également donner la possibilité aux collectivités de reprendre/modifier photos et infos afin de moduler l'information selon le canal de diffusion et l'espace dédié (1photo, 1titre, 1phrase d'accroche + arcticle modulable/liens vers page du PNR...) : cette action ne relève pas de la mission Tourisme mais sera transmise.

Web/numérique

- *Page sur le site web du Parc ou site web touristique ?*
- *Application numérique*

Indispensable de se pencher sur la question du site web et de la communication touristique. 2000 téléchargements de l'application, une actualisation prévue dans l'année.

Il faut davantage communiquer sur l'existence de l'application (prospectus à distribuer largement, dans les OT, Mairies, COMCOM...)

Quid de la pollution numérique ?

Rencontres/échanges

Il faut relancer les journées d'échanges entre les OT, les prestataires, le Parc. Proposer des visites de sites, éductours (type lundis du tourisme)...

Panneautage et signalétique

Importance de donner de la visibilité au Territoire : des panneaux aux entrées de villes/villages, sur les aires de repos, places de bourgs... Avec des informations ou systèmes de relais d'information (QRcode) sur ce qui se passe et ce qu'il est possible de faire à proximité (sentiers, sites de visite...). Il faut une redondance signalétique pour que l'information s'imprègne en chacun.

Les réseaux sociaux sont aussi une piste à explorer et à développer : 4000 abonnés sur la page FaceBook : il faut la faire vivre.

Quelle orientation ? Tourisme durable ? Parc naturel régional ? Pour le réseau Tourisme durable ?

RETOUR SUR LE GROUPE DE TRAVAIL TOURISME DURABLE et ECHANGES

Thématiques touristiques soulevées pendant le groupe de travail et qu'il semble important de valoriser :

Patrimoine culturel

Patrimoine naturel, paysager et biodiversité

Sports de nature

Savoir-faire

Activités de loisirs

Gastronomie

Comment valoriser cette destination Parc Périgord-Limousin et partager ces thématiques touristiques ?

1. *Communication : un site web ; signalétique*
2. *Offre territoire/séjours : thématiser des circuits de visite/découverte ; découvrir autrement via une communauté de greeters/ambassadeurs ; créer des séjours nature et culture occitane.*
3. *Offres d'itinérance et mobilité douce : création d'un grand itinéraire (type GR) qui dessert tout le PNR ; développer les infrastructures liées à l'itinérance (hébergement, portage de sac, transports en commun...) ; créer des itinéraires de découvertes (2h, 1/2j, journée entière) en VTT assistance électrique ...*
4. *Réseau Tourisme durable : animation du réseau, formation et qualification des acteurs du tourisme.*

L'offre à destination des familles n'a pas été particulièrement évoquée. Pourquoi ne pas développer une offre grand public, plus diversifiée ? La mission Tourisme doit aussi pouvoir porter soutien aux autres missions du Parc, pour leur donner une autre visibilité. Il faut proposer des sorties animées grand public (peu techniques, abordables, de loisir/distraction) sur des thématiques en lien avec les projets (ex : biodiversité nocturne).

Rappel du cadre de la mission (Charte du Parc, Charte Européenne de Tourisme Durable, Association des Parcs du Massif Central, Parcs de Nouvelle-Aquitaine), de ses orientations et des actions en cours.

ATELIER DE REFLEXION.

Recensement des actions/projets que chacun souhaite voir se développer au cours des trois prochaines années dans le cadre des missions Tourisme durable et Communication touristique.

COMMUNICATION

- Une collaboration étroite avec les collectivités, OT, acteurs locaux... pour/et mieux communiquer.
- Une communication thématique à destination des collectivités (newsletter pour les élus).
- Rencontrer et travailler de concert avec les chargés de communication et tourisme des Comcom.
- Une signalétique Parc, à l'entrée des bourgs et pour les sites de visite (QR Code).
- Une banque d'images de haute qualité largement diffusable, notamment aux ambassadeurs du Parc, vidéos pour compenser le déficit d'images et développer la notoriété par la séduction
- Animation de stands Parc sur les manifestations (marchés de producteurs, événements...).
- Une communication plus adaptée, qui fasse Territoire, avec de vrais contours pour qu'on puisse aussi s'approprier visuellement le territoire.
- Un site web de qualité.

MAILLAGE ITINÉRANCE

- Organiser le maillage : faire ressortir les itinéraires, sentiers existants et leur donner plus de visibilité, faire des jonctions (de village à village).
- Travailler à de nouvelles boucles, thématiques (forges, moulins, châteaux...) en lien avec le Pays d'art et d'histoire.
- Développement de l'hébergement sur la Grande Boucle
- Développement des services (recensement et labellisation hébergements pour itinérance, service de portage), des équipements (bivouacs, kits de réparation vélo...).
- Animations, valorisations (sorties animées) des itinéraires.

ANIMATION DU TERRITOIRE

- Faire du Parc une destination pour tous et ne pas seulement proposer aux familles. Des activités de loisirs grand public.
- Plus de propositions en lien avec le territoire (fêtes locales, fêtes de terroir...) et avec les communes.
- Plus d'animations autour de la Grande Boucle
- Offres de visites thématiques sur l'ensemble du territoire et sur des thématiques précises, en lien avec la culture locale (ex : balade en forêt, guidée en français et teintée d'occitan).
- Spectacles son et nature (faune et flore à mieux connaître et s'approprier par les manifestations culturelles).
- Soirées gastronomie, art du terroir
- Solliciter la participation des habitants sur l'animation : leur connaissance des sites de visite en font les ambassadeurs du territoire. Développer la proximité Touriste/Habitant
- Reconnaissance du territoire hors Parc : exporter le territoire.

MARQUE VALEURS PARC + TOURISME DURABLE

- Actualiser, agrandir, animer le réseau.
- Suivi régulier.
- Journées de rencontres (éducteurs, visites de site et du territoire, ateliers...).

CRÉATION DE SÉJOURS

- Séjours thématiques en lien avec les projets Parc (ex : Life Dronne = publications, conférences, animations, propositions touristiques).

CONCLUSION.

Les grandes lignes des actions à mener les trois prochaines années dans le cadre des missions Tourisme durable et Communication touristique sont actées et seront développées à nouveau lors des Groupes de travail, pour des pistes d'actions plus concrètes.

Les groupes de travail auront lieu :

Tourisme durable : lundi 28 juin, 14h30, Saint-Saud-Lacoussière

Communication touristique : lundi 5 juillet, 14h30, Saint-Saud-Lacoussière

La prochaine commission Tourisme durable aura lieu fin septembre/début octobre, il sera question alors d'établir les budgets liés aux actions. Les élus de la commission seront certainement sollicités dans le cours de l'été.

Il est demandé plus de formation au territoire à destination des élus.

Fin de la réunion : 20h20.