



Atelier participatif 24 septembre 2021 – Digne les Bains

Dans le cadre des ateliers des Etats généraux de la transition du tourisme en montagne, le Département des Alpes de Haute-Provence a choisi d'organiser des ateliers de travail collaboratif visant à établir les axes de travail prioritaires suite aux enjeux déterminés la veille et en lien avec l'élaboration en cours du schéma départemental de développement touristique 2022-2027

Compte rendu des échanges

Date : 24 septembre 2021

Lieu : Hôtel du département

Compte rendu rédigé le : 28 septembre 2021

Document annexé : diaporama d'animation

Animateurs :

Jérôme Caviglia – Directeur Atemia

Participant.es : 30

Ordre du jour :

World café organisé sur les 4 grands enjeux du schéma départemental :

Synthèse des résultats :

Table 1 : La Gouvernance

Animateur : Julien Martellini

Comment mieux travailler ensemble et bâtir une nouvelle organisation touristique ?

Les enjeux : le tourisme est un secteur vital de l'économie du département (33% du PIB) et son pilotage est réparti entre de nombreux acteurs (Région, Département, Agence de développement, EPCI, Offices de tourisme, Parcs, acteurs privés...). Dans un contexte concurrentiel et des moyens limités (humains et financiers), il convient de réinventer les manières de collaborer.

Objectifs de l'atelier : imaginer de nouveaux modes de collaboration et d'organisation entre tous les acteurs qui participent directement ou indirectement à l'attractivité du territoire.

Les propositions du groupe :

La compétence tourisme est partagée et cela est complexe à régir. Le qui fait quoi est difficile à comprendre. Il convient donc d'imaginer des modèles différents.



Il a donc été discuté la perspective de réunir dans une même instance l'AD et les OT pour mieux mutualiser les moyens et les tâches. Par ailleurs, un guichet unique à destination des socio pro pourrait être proposé pour mieux flécher les dispositifs d'aide. Pour les conflits d'usage, la concertation doit être menée au plus près du terrain.

Table 2 : L'identité touristique

Animateur : Pascale Bonnafoux

Sur quels marqueurs différenciants se positionner ?

Les enjeux : le Département des Alpes de Haute Provence est riche de sa grande diversité mais n'est pas spécialement positionné de manière différenciante. Sa promesse touristique n'est pas nécessairement formulée, appropriée et communiquée.

Objectifs de l'atelier : Définir les éléments « dénominateur commun » à l'échelle du département et les marqueurs identitaires clés à mettre en avant (sites, éléments patrimoniaux, art de vivre, état d'esprit, paysages...)

Les propositions du groupe :

Les éléments « dénominateurs communs » à l'échelle départementale :

- Un cadre de vie privilégié ;
- Un bien être, santé, ressourcement, sérénité ;
- Un territoire accessible (à la portée de tous : public novice, PMR, / regroupement d'atouts de proximité). Un tourisme à échelle humaine.
- Un territoire fort de terres de rencontres
- Un art de vivre
- Un climat, un ciel, une lumière pure

« A chaque tournant, un autre point de vue »

« Bien plus qu'un territoire touristique, un territoire à vivre »

« L'exception ordinaire »

Les marqueurs identitaires : saveurs/senteurs, agriculture, géo tourisme, APN...

Chaque territoire à ses richesses et ils doivent cohabiter

Table 3 : Montée en gamme de l'offre

Animateur : Florence Viti-Bertin

Quelles filières prioritaires ? Sur quelles priorités orienter les investissements ?

Les enjeux : le Département des Alpes de Haute Provence est en cours de rédaction de son schéma touristique et va devoir opérer des choix de priorisation en matière d'investissement.

Objectifs de l'atelier : Proposer des champs prioritaires pour le futur schéma en matière d'investissement et de développement de l'offre (services, sites, filières, mobilité, gestion des flux, hébergement, restauration...).

Les propositions du groupe :

D'abord poursuivre le travail engagé pour capitaliser et rationaliser ce qui existe. Les labels ont été développés et il convient de les hiérarchiser et les orienter vers le tourisme durable. Les APN sont un bon exemple de démarches qualité réussie.

Il convient de créer une instance d'ingénierie en capacité à accompagner les acteurs privés dans leur démarche de montée en gamme.



La qualité prime sur la quantité. L'hébergement est la partie la plus signifiante à faire monter en gamme (aussi bien la petite hôtellerie mais aussi le tourisme social et les hébergements de groupe). La restauration est aussi un axe de progrès notamment en circuit court. Organiser des éduc tours interne et externe pour s'inspirer semble également un axe de travail intéressant.

Une place de marché peut être pertinente à étudier.

Une analyse des retours clients et de leur satisfaction peut être un bon point de départ. Les territoires ne sont pas au même niveau et des politiques adaptées doivent donc être établies. Il faut partir du parcours client et identifier toutes les étapes à améliorer.

Des ouvertures vers les publics en situation de handicap ont été proposées en fin d'atelier tout comme sur la qualité de la signalétique.

Les habitants et les élus gagneraient à être mieux associés pour les intégrer dans la démarche touristique et mieux leur faire comprendre les enjeux du tourisme.

Table 4 : Tourisme durable

Animateur : Patrick Mathieu

Comment s'engager dans la voie d'un tourisme durable ?

Les enjeux : le Département des Alpes de Haute Provence a placé son schéma touristique sous le signe du tourisme durable. Il reste à en définir la nature et le niveau d'ambition pour que cet engagement se traduise en actions concrètes. Parallèlement, les enjeux climatiques, énergétiques et écologiques sont au premier plan et nécessitent un engagement fort de tous les acteurs.

Objectifs de l'atelier : Définir les engagements du tourisme sur le territoire dans le champ du tourisme durable et les objectifs à atteindre (impact climatique, mobilité, préservation des espaces naturels et des terres agricoles, déchets, gestion des flux, biodiversité, pollution sonore et/ou lumineuse, valorisation du cadre de vie...).

Les propositions du groupe :

Cet enjeu s'inscrit dans l'enjeu du schéma de positionner le département en leadership.

Sur la question du carbone, deux axes ont été identifiés :

- Construction et rénovation durable des hébergements. Ces hébergements pilotes peuvent aussi servir de support à de l'éducation à l'environnement.
- La mobilité : les autorités de gestion de la mobilité doivent être plus à l'écoute des contraintes et usages touristiques, ouvrir les trains et les bus aux passagers en vélo. Les véhicules propres peuvent être déployés pour faciliter l'éco mobilité.

Eduquer les clientèles, notamment les jeunes, semble un enjeu majeur et le territoire est propice pour cela.

Les circuits courts doivent être favorisés.

Une attention doit être portée sur les déchets pour mieux les gérer (y compris les toilettes sèches).

L'éco conditionnalité des aides est un levier majeur de transformation tout comme l'aide à l'obtention de label.

Les sites naturels doivent être gérés en tenant compte de leur capacité de charge et envisager des reports de flux en veillant à ne pas surcharger d'autres sites moins aménagés.

Par ailleurs les changements climatiques rendent complexe la saison estivale (ex. randonnée impossible en cas de canicule avec des fermetures de massif pour cause de risque d'incendie).

En matière sociale, l'association de la population est centrale pour éviter un rejet du tourisme. Une ouverture sur les publics empêchés est une belle vocation pour le département.



Enfin, un axe emploi semble pertinent pour gérer les besoins des acteurs privés dans le recrutement et fidéliser les salariés.

Des chartes d'engagement, aussi bien pour les acteurs socio pro que pour les clientèles touristiques afin de les engager.



Les propositions du groupe :

Groupe 1

Mieux communiquer

Volonté des élus pour enclencher le changement

Travail d'équipe à différentes échelles

Forte dynamique du tourisme et du sport (vélo/rando/sport hiver etc...)

Faire un état des lieux

Comment emmener les informations et problématiques du terrain aux élus ?

Différenciation 06/04 pour les touristes

Absence des délégués au tourisme sur le terrain, manque d'échanges

Frontière administrative difficile car pas de valorisation des offres hors zones -> décloisonner et utiliser de nouveaux supports de communication

Souvent réunion organisée avec délégués donc pas de rencontre et pas de réels échanges -> Groupe de travail plus régulier sur et hors territoire administratif (semestriel)

Groupe 2

Compréhension de chacun et ses problématiques

Grosses entités géographiques ont besoin d'améliorer la communication au sein des pôles.

Plusieurs territoires = richesses

Bonne

Agence pour développement 04 bon atout à développer car chacun est complémentaire

Compétence tourisme = intercommunalité donc cela est très récent

Territoire sur plusieurs Communes donc difficultés

Subdiviser le territoire et les interlocuteurs même entre départements

Les recherches actuelles : une destination et non un spot particulier donc recherche d'une harmonie sur cette logique

Groupe 3

Tourisme à mettre à niveau en ne restant plus cloîtré à un territoire

Manque de sens donc cela devient illogique

Travail collectif extrêmement difficile donc besoin de coordinations

Loi Notre 2.0 -> organisme départemental en charge de la comm et la structuration avec une place à trouver pour les offices du tourisme

Développement dépendant des élus

AD04 ou office du tourisme ? qui fait quoi ? dans quelle logique ? Implication du tissu économique au sein de l'agence ?

Définition d'un horizon commun avec les différents acteurs afin de canaliser les efforts

Groupe 4

Espace pour échanger de manière transversale entre les professionnels, les collectivités etc

Besoin d'une rencontre PHYSIQUE pour construire ensemble. Le digital ne fait pas tout.

Recherche d'un langage commun entre politiques/acteurs/etc... pour avancer ensemble.

Idée de réunion comme ces deux derniers jours -> forme intéressante d'organisation où tout le monde est inclus dans la réflexion. Il faut le répéter et augmenter la fréquence des échanges.

Prise de conscience de la multitude d'acteurs présents sur cette problématique et d'offrir la possibilité de construire ensemble.

Mieux définir les zones et les ensembles selon les territoires (périmètres réduits ?)

Rendre complémentaires des offres locales pour acquérir une expérience multi saisonnière.

Sortir des cadres institutionnels pour avoir des espaces où chacun puisse communiquer et être écouté.



Format de réunion à revisiter car peu tourner vers l'échange -> chercher l'opérationnel
Place des acteurs au sein de la réflexion
AD04 peut être plus simple que les offices du tourisme

Table 2 : L'identité touristique

Sur quels marqueurs différenciants se positionner ?

Les enjeux : le Département des Alpes de Haute Provence est riche de sa grande diversité mais n'est pas spécialement positionné de manière différenciante. Sa promesse touristique n'est pas nécessairement formulée, appropriée et communiquée.

Objectifs de l'atelier : Définir les éléments « dénominateur commun » à l'échelle du département et les marqueurs identitaires clés à mettre en avant (sites, éléments patrimoniaux, art de vivre, état d'esprit, paysages...)

Les propositions du groupe :

Groupe 1

Oui par son Identité nature, terroir, espace de Provence et son évolution à la main de l'homme. Lieu de déplacement pour mobilité douce et terrain de jeu pour les sports de nature.

Au-delà de ces 2 marqueurs.

Geopark les personnes ne viennent pas pour mais une fois sur place c'est une niche intéressante de pat le contenu soigné et qui permet de proposer une offre.

Autre marqueur villages et cités de caractères. Villages ayant une histoire qui se développent et sont entretenus. Bien développés ce sont des marqueurs forts pour demain surtout pour la vie, la convivialité les restaurants, bistrot de pays.

Villages avec une vraie vie authentique. Villages encore habités différents de villages Disney. Particularité de notre territoire. Var dans le Sud, la Côte en perte d'identité. Résidents secondaires intégrés acteurs de nos villages.

Rando itinérances un marqueur de notre territoire. Améliorer balades famille.

Paysages magnifiques et magiques en toute saison. Lumière. Écho J François Carran. Travailler sur Développement durable.

Autre aspect qualité de l'accueil.

Groupe 2

Ambiances lumineuses importantes

Point fort villages espacés peu de nuisances sonores, calme contemplation de la nature en toutes les saisons. Tourisme 4 saisons.

Printemps Automne top pour les sports de nature. Importance de garder une saison calme.

S'échapper du bruit et de la pollution possible même en pleine haute saison.

Ressourcement serait notre point fort.

Préservation des villages perchés et de leur qualité aussi dans le Sud du Département. Important d'avoir une saison pour couper hiver ou autre. Intérêt de l'arrière-saison.

Groupe 3

Intérêt de ne pas oublier la montagne. Enjeu économique et social pour nos territoires. Besoin de créer des produits découvertes pour redistribuer des clientèles attirées initialement par des marqueurs et être ingénieux pour leur proposer la lavande et des produits et sites à visiter autour ou le Verdon aux 4 saisons. Idée de les fidéliser pour qu'ils reviennent à d'autres moments. Val d'Allos et Destination Verdon vont travailler dans ce sens à monter des produits

Groupe 4

Haute Provence dans le sens noble du terme



Faut vraiment préserver notre authenticité car notre département est source d'émerveillement partout, ou qu'on aille : diversité de paysage de géologie, de tout point de vue,

Préserver nos espaces c'est primordial

Mais faut le valoriser, l'améliorer le communiquer car la concurrence est rude on va se faire « doubler » par des départements qui sont moins « beaux » que nous (qui nous envie) mais qui sont plus pro que nous

Mieux valoriser toutes les saisons car le département est très beau même à l'automne ou au printemps (et avec cela il faut une offre de service)

Notre identité : la nature, nos paysages

Quel levier pour développer de nouvelles formes économiques ou on intègre le développement éco (par exemple la lavande au départ c'était un intérêt éco et aujourd'hui c'est un vrai atout touristique) il faudrait le faire sur d'autres filières comme le petit épeautre (s'inspirer de ce qu'il s'est fait avant, relance activité éco locale)

Le département bénéficie aussi d'un climat extraordinaire

Table 3 : Montée en gamme de l'offre

Quelles filières prioritaires ? Sur quelles priorités orienter les investissements ?

Les enjeux : le Département des Alpes de Haute Provence est en cours de rédaction de son schéma touristique et va devoir opérer des choix de priorisation en matière d'investissement.

Objectifs de l'atelier : Proposer des champs prioritaires pour le futur schéma en matière d'investissement et de développement de l'offre (services, sites, filières, mobilité, gestion des flux, hébergement, restauration...).

Les propositions du groupe :

Groupe 1 et 2

Potentiel des résidents secondaires > touriste propriétaire

On se rend compte que l'augmentation du nombre de gîtes et d'autres hébergements > pression sur les prix et difficulté d'accès à la propriété pour des personnes souhaitant s'installer sur le territoire.

Quels apports de ce type d'hébergement sur la création de richesse sur le territoire ?

Capacité d'accueil par territoire ? Attention à la « surdimension » de la création d'une offre.

Augmenter la capacité d'accueil. Mais de façon raisonnée et proportionnée.

Travailler en revalorisant l'existant.

On manque de lit du 15 juillet au 15 août.

Inviter à venir sur d'autres périodes.

Est-ce qu'il existe un partage de l'information du taux de remplissage des uns et des autres ? Fonctionne au niveau ultra local mais attention il faudrait arriver à dépasser le sentiment de concurrence.

Investissement pour aider à ouvrir sur d'autres saisons (hiver / camping) // avec le développement durable et les labels

Groupe 3

TRANSPORT

Retour d'expérience avec le 06 (Alpes Maritimes). Politique où le tarif unique bus 1.5 € + transport à la demande (1 ou 2 lignes avec de petit bus).

Manque d'une offre de transport "solidaire" pour des locaux en besoin d'un moyen de transport qui n'ont pas de solution individuelle

Développer des voies vertes et liaison sécurisée (végétalisée / éclairée)

Groupe 4

ACTIVITE de plein nature

L'offre doit être proposée à la carte le client doit concevoir leur séjour

Activités d'un bon niveau par contre nous avons besoin d'améliorer l'hébergement



Il ne faut pas sectoriser les choses mais les ouvrir, pouvoir réserver son activité depuis son hébergement.
Label esprit parc bon retour
Pass existant ds le 06 musée et les activités
Sensibilisation limitée par le niveau de contrainte

Table 4 : Tourisme durable

Comment s'engager dans la voie d'un tourisme durable ?

Les enjeux : le Département des Alpes de Haute Provence a placé son schéma touristique sous le signe du tourisme durable. Il reste à en définir la nature et le niveau d'ambition pour que cet engagement se traduise en actions concrètes. Parallèlement, les enjeux climatiques, énergétiques et écologiques sont au premier plan et nécessitent un engagement fort de tous les acteurs.

Objectifs de l'atelier : Définir les engagements du tourisme sur le territoire dans le champ du tourisme durable et les objectifs à atteindre (impact climatique, mobilité, préservation des espaces naturels et des terres agricoles, déchets, gestion des flux, biodiversité, pollution sonore et/ou lumineuse, valorisation du cadre de vie...).

Les propositions du groupe :

Groupe 1

Qu'est-ce que le tourisme durable ?

La gestion du tourisme telle que pratiquée aujourd'hui devrait avoir le moins d'impact sur les paysages futurs (exemple du val d'Allos, et des gorges du Verdon).

Actuellement les personnes locales vivent quasi exclusivement du tourisme.

Intérêt d'avoir des habitants à l'année sur les territoires non seulement des saisonniers.

Tourisme durable : travailler avec les locaux.

Aspect environnemental des sites à préserver.

La gestion des flux

La régulation des flux est bénéfique pour le territoire

La problématique de l'éducation des personnes

Offrir un meilleur accueil sur site (WC, panneaux etc.)

Problématique de trouver des activités hivernales (conserver les deux saisons malgré la future absence de neige).

Ne pas oublier le volet économique : acheter aux commerçants locaux. Faire vivre l'économie locale afin de maintenir une vie plus viable pour les habitants locaux.

Tourisme durable : limiter les kilomètres. Dans les restaurants, montrer dans l'assiette la production locale.

La mobilité est importante : covoiturage, bus etc.

Initiative telle que faire payer les parkings les plus près et gratuits les plus loin, réduction sur les personnes en covoiturage etc.

Groupe 2

Par connotation le tourisme durable est connoté tourisme vert etc.

Alors qu'il doit passer par la qualité (comme un objet qui doit durer dans le temps).

Dans tout le circuit du visiteur il faut qu'il y ait une qualité du début à la fin.

Gros enjeux liés à la mobilité. Tout notre tourisme est lié à la voiture. Comment fait-on si on n'a plus de voiture.

Tout notre tourisme est basé sur les espaces naturels. Poser la question d'anticiper la limitation de la fréquentation sur certains sites.

Impact fort sur des périodes courtes.

Nouvelle forme de tourisme: lorsqu'un touriste arrive sur le territoire il doit savoir quel est son impact et son empreinte.

Quel serait le retour pour le touriste: je viens sur le territoire et avec quoi je repars comme acquis.

Développer des nouvelles formes de séjour touristique (ex: tourisme ornithologique sur le Luberon et les Alpilles).



Il convient d'anticiper les infrastructures permettant de "laisser les voitures".
Viabilité économique des infrastructures que l'on conçoit actuellement (construction de nouvelles pistes de ski?).
Trouver d'autres activités sur un territoire qui permettent de pallier à l'absence de neige.
Les populations locales comprennent et accueillent de façon positive l'activité touristique.

Groupe 3

Le tourisme durable : capable de préserver ce qui existe autour de lui. Un tourisme ne va pas dégrader ce qui l'entoure (nature, village, gens etc.) :

Se nourrir localement pour faire vivre les vallées.

Trouver un équilibre entre le fait vivre un territoire mais c'est aussi une activité économique.

Elle doit être pensée globalement. Les déplacements, quelles activités et comment on en repart.

Au niveau du 04 ce n'est pas tout à fait ce qui est fait.

Ex : réduire l'activité "montagne" en activité "ski" c'est un vocabulaire à ne plus associer.

Attention à la communication qui est faite actuellement : promouvoir le freeride etc. ce n'est plus un enjeu pour le futur.

C'est le changement en profondeur.

Actuellement c'est plutôt encourageant. Cependant, il faut déjà être convaincu soit même de l'intérêt de le faire et ne doit pas être vécu comme une contrainte.

Changer la mentalité que le touriste a un "droit" à être là où il est.

Mobiliser les fonds ADEME "tourisme durable" pour faire un diagnostic global sur un tourisme cohérent.

Ne pas paraître comme des donneurs de leçon. Gérer les choses en amont.

Montrons les autres "pépites" du département.

Groupe 4

Favoriser la mobilité douce par le fait de faire des voies vertes (ombragées pour la chaleur et éclairées la nuit).

Associer le développement de la technologie et la biodiversité.

Développement sur les sentiers de randonnée : mettre en place des toilettes sèches.

Développer le nombre de poubelles sur les sentiers les plus fréquentés.

L'acceptation des populations dépend des lieux.

Développer un tourisme qui est moins dans la consommation pure (pour se ressourcer, pour se développer).

Il faut aussi néanmoins maintenir les activités économiques qui font vivre les acteurs locaux.

Les commerçants ont besoin du tourisme.

L'objectif est de répartir le tourisme sur d'autres pôles.

Conserver des zones qui ne sont pas du tout fréquentées sur les sites déjà fréquentés.

Eviter les activités sur les périodes de reproduction.

Moduler la fréquentation en fonction des enjeux sur la faune.

Améliorer l'accueil des espaces de camping sauvage. Mettre des aires d'accueil avec des toilettes etc. payantes.

Exemple de l'office de conservation de la Nouvelle Zélande





Atelier participatif 23 septembre 2021 – Digne les Bains

Dans le cadre des ateliers des Etats généraux de la transition du tourisme en montagne, le Département des Alpes de Haute-Provence a choisi d'organiser des ateliers de travail collaboratif visant à établir un portrait du tourisme dans le département en lien avec l'élaboration en cours du schéma départemental de développement touristique 2022-2027

Compte rendu des échanges

Date : 23 septembre 2021

Lieu : Hôtel du département

Compte rendu rédigé le : 28 septembre 2021

Document annexé : diaporama d'animation.

Animateurs :

Jérôme Caviglia – Directeur Atemia

Participant.es : 38 personnes

Ordre du jour :

Mot d'accueil de Marcel Gossa, Vice-Président du CD04

Présentation des 3 temps de travail :

- Travail de photo langage à travers l'atelier de la carte postale
- Priorisation des marqueurs identitaires
- Identification et priorisation des défis à relever

Synthèse des résultats :

Deux questions introductives ont été posées pour lancer les ateliers :

- Quelles sont les attentes des participants relatives à l'atelier ?
- Quel est le secteur professionnel de provenance des acteurs ?

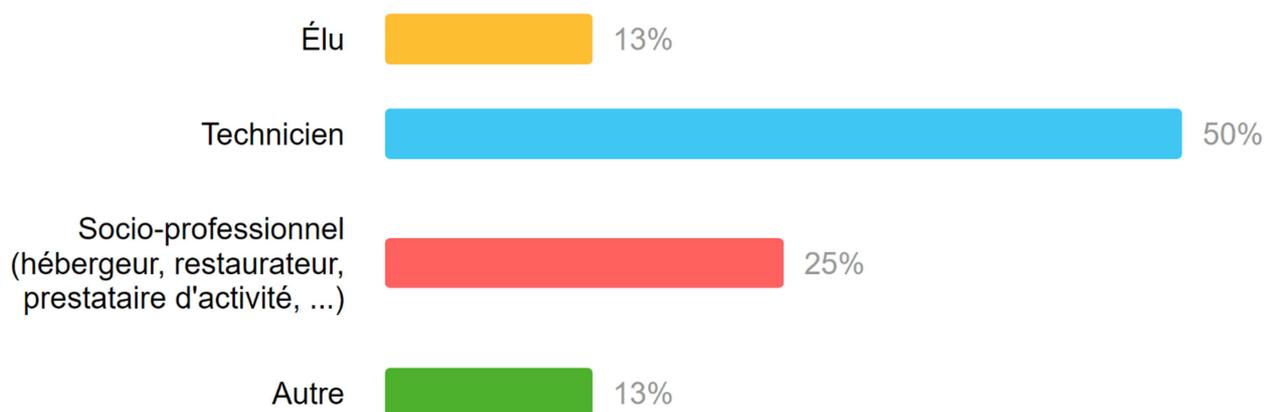


Dites nous en 1 mot quelle est votre attente par rapport à cet atelier

Top 10 50 100 TOUS



À quelle catégorie d'acteur appartenez-vous ?



Atelier 1 : La Carte postale

Groupe 1 :

Choix de photo : Etape en Refuge

Phrase d'accroche : « Ici il n'y pas d'autoroute pour prendre la clé des champs »



Groupe 2 :

Choix de photo : Moustiers Sainte Marie

Phrase d'accroche : « Optez pour le découverte et la surprise avec le plein d'activités en famille »



Groupe 3 :

Choix de visuel : Plateau de Valensole (mais préconisation d'un autre cadrage permettant de valoriser les montagnes en fond)

Eléments d'accroche : paysages exceptionnels de carte postale, histoire et patrimoine, nature préservée



Groupe 4 :

Choix de visuel : Clue de Pérouré (en remplaçant le véhicule par des vélos électriques)

Éléments d'accroche : regroupe des paysages spectaculaires, nature, grands espaces. Donne envie de sortir des sentiers battus (petite route, surprise...) : « Retrouvez vous en terre inattendue ».



Groupe 5 :

Choix de visuels : Lac de Sainte Croix

Éléments d'accroche : Entre Provence et Alpes : le Verdon, trait d'union
(Difficulté à choisir un seul visuel)



Groupe 6 :

Choix de visuels : Itinérance sur le GR69.

Éléments d'accroche : Visuel qui reflète bien les orientations du département, tourisme doux, lien avec le pastoralisme, la montagne, l'agriculture... « Parcourir librement la nature pour découvrir nos terroirs »



Atelier 2 : Les marqueurs identitaires

Classer les marqueurs identitaires (composants de l'offre et de l'image touristique du territoire) par ordre d'importance



classement



- 1 Climat, soleil & luminosité
- 2 Activités de Pleine Nature (ex. VTT, randonnées, vol libre, escalade, cycloportif, cyclotourisme...)
- 3 Produits locaux & Terroir (ex. Lavande, huile olive, agneau de Sisteron, Banon...)
- 4 Géologie (ex. UNESCO Géoparcs de Haute-Provence et du Luberon, dalle aux ammonites, vélodrome, siréniens...)
- 5 Pureté du ciel & Astronomie (ex. Saint Michel, ciel nocturne, Réserve internationale de ciel étoilé...)

6 Patrimoine & Architecture (ex. Cités de caractère, villages perchés, patrimoine vernaculaire, train des pignes, fortifications...)

7 Convivialité & Festivité (ex. Fêtes latino-mexicaines de Barcelonnette, festivals, Bistrots de Pays, marchés...)

8 Pastoralisme (ex. Alpagnes, moutons, partage de l'espace...)

9 Ski & Neige (ex. Stations, raquettes, chien de traîneau, nordique...)

10 Thermalisme & Bien être (ex. Gréoux les Bains, Digne les Bains...)

11 Préhistoire (ex. Quinson...)

12 Art contemporain (ex. Cairn Goldsworthy, Aurélie Nemours, Bernar Venet, Mark Dion, David Renaud, Joan Fontcuberta, Richard Nonas...)



Atelier 3 : Les défis touristiques du territoire

Deux tables thématiques n'ont pas souhaité hiérarchiser les enjeux :



Groupe 4

LA GESTION DES FLUX

Accessibilité, transport, mobilité : organiser et fixer les flux depuis les principales centralises territoriales



Développer les mobilités douces et l'itinérance

Accueil des flux sur les sites : calibrer, aménager et organiser des sites d'accueil du publics qualitatifs

Préserver certains sites des flux de fréquentation

Gérer les stationnements



Gestion des flux des APN (activités nautiques principalement)

Gouvernance : coordonner les interventions des différents opérateurs de la mobilité en fonction de leurs compétences

Gérer les des flux excursionnistes

Gestion globale des flux : anticiper les reports de fréquentation

Aménagement : calibrer les équipements d'accueil en fonction de la fréquentation et des milieux (espaces plus ou moins structurés)

Informier, communiquer et sensibiliser pour mieux organiser les flux

Tenir de la fragilité des milieux naturels pour adapter les flux des activités de pleine nature.





Atelier 4 : Priorisation des défis touristiques du territoire

PRIORITAIRES

A améliorer de toute urgence !

Accueil des étrangers non francophones	Offre diversifiée, ne pas se concentrer sur une seule thématique	Appropriation de l'offre par les habitants	
Développer une synergie entre les acteurs culturels et touristiques	Ne pas cantonner le patrimoine aux édifices Donner une définition du patrimoine	Hébergements de qualité	Formation à l'accueil
Accessibilité, transport, mobilité : améliorer la desserte du O4 depuis l'extérieur en transport en commun	Accessibilité, transport, mobilité : organiser les flux en fonction des différents modes de mobilité via des infrastructures équipements et services	Accessibilité numérique, priorité 1	Revalorisation fiches touristiques
Accessibilité, transport, mobilité : améliorer les déplacements internes en transports en commun et en modes de mobilité douces		Accompagnement à la professionnalisation des pros	
L'appropriation de l'identité et de la stratégie par tous les secteurs	Difficultés de choisir son/ses identité(s)	Montée en qualité de l'offre (classement, labels...)/ éconditionnalité	
	Choix de la cible touristique	Organisation de la commercialisation de l'offre (place de marché à l'échelle du département et/ou destination touristique)	
		Réchauffement des lits froids	
		Valorisation /digitalisation / renforcement de l'offre	

IMPORTANTES

Des optimisations sont possibles !

Manque de cohésion des acteurs	Un manque de moyens Multiplicité des acteurs	Revoir le maillage des différents points de paiement	Réflexion autour des offres de qualité sur le territoire
Se démarquer d'autres destinations		Régularité dans la continuité de l'offre tout au long de l'année (service minimal toute l'année)	Développer des séminaires/formations pour un accueil toute l'année
IL MANQUE UN POST IT QUE JE NE PEUX PAS LIRE		Aménager la route des crêtes pour réguler les pics de fréquentation	Favoriser le partenariat public/privé pour augmenter le parc de location de véhicules électriques
Penser les enjeux de logement au sens large (saisonniers, jeunes...)	Traduire chez nos hébergeurs nos marqueurs identitaires	Densifier le réseau de bornes de recharge électrique	Expérimenter des modes de transport en commun sur des périodes clés et des clientèles spécifiques
Adapter les transports en commun à l'entrée du O4 (petit gabarit) en innovant et en expérimentant sur des clients spécifiques	Développer la mobilité douce entre les sites touristiques d'un lieu		

SECONDAIRES

Sujets peu importants/déjà bien traités !

Equipements culturels de qualité
La visibilité autour des offres liées aux sports de plein air et au bien-être
Produits de terroir de qualité
Manque d'adéquation entre promesse et offre disponible







Atelier participatif numérique - 23 septembre 2021

Dans le cadre des ateliers des Etats généraux de la transition du tourisme en montagne, le Département des Alpes de Haute-Provence a choisi d'organiser des ateliers de travail collaboratif visant à établir un portrait du tourisme dans le département en lien avec l'élaboration en cours du schéma départemental de développement touristique 2022-2027

Compte rendu des échanges

Date : 23 septembre 2021

Lieu : A distance

Compte rendu rédigé le : 01 octobre 2021

Document annexé : diaporama d'animation.

Animateurs :

Christel GENAY – Chargée d'affaires Atemia

Participant.es : 25 participants

Ordre du jour :

Mot d'accueil de Madame Michèle COTTRET, Conseillère départementale déléguée au Tourisme.

Présentation des 3 temps de travail :

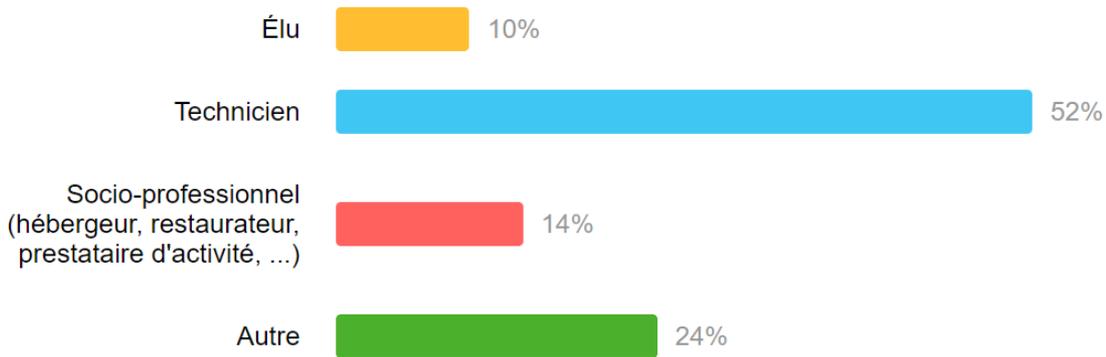
- Travail de photo langage à travers l'atelier de la carte postale
- Priorisation des marqueurs identitaires
- Identification et priorisation des défis à relever

Synthèse des résultats :

Deux questions introductives ont été posées pour lancer les ateliers :



- Quel est le secteur professionnel de provenance des acteurs ?



- Quelles sont les attentes des participants relatives à l'atelier ?



Atelier 1 : La Carte postale

Groupe 1 :

Choix de visuels : Itinérance sur le GR69.

Éléments d'accroche : Visuel qui permet d'illustrer la découverte en mode « slow tourisme ». Un objectif sportif au second plan. L'importance la découverte et prendre son temps.



Groupe 2 :

Choix de photo : Souhait de ne pas faire un seul choix

Éléments d'accroche : Le territoire départemental est trop diversifié pour être réduit à un seul visuel. Il faudrait constituer un patchwork dont le fil conducteur pourrait être l'eau.

Groupe 3 :

Choix de photo : Le Bistrot de Pays

Éléments et phrase d'accroche : Choix de l'authenticité et de l'accueil chaleureux. Il manquerait juste en troisième plan un paysage caractéristique avec un clin d'œil sur les activités de pleine nature. « Notre nature, nos villages, notre lumière, notre patrimoine, ici nous partageons notre authenticité ».



Groupe 4 :

Le quatrième groupe n'a pas réalisé l'exercice du visuel en raison d'un problème technique en sous-groupe sur la plateforme Zoom.

Phrases d'accroche : « Alpes de Haute Provence au fil des saisons / au fil de l'eau ». « Alpes de Haute Provence l'art de la Nature ».

Groupe 5 :

Choix de visuel : Moustiers Sainte Marie

Éléments et phrase d'accroche : Un choix de visuel difficile voir impossible. Pourquoi Moustiers ? Le paysage, la cité de caractère et une activité de pleine nature valorisée. Il manque l'élément « eau ». « Plongez dans la diversité des paysages ».





Atelier 2 : Les marqueurs identitaires

Classer les marqueurs identitaires (composants de l'offre et de l'image touristique du territoire) par ordre d'importance



classement



1	Climat, soleil & luminosité
2	Activités de Pleine Nature (ex. VTT, randonnées, vol libre, escalade, cycloportif, cyclotourisme...)
3	Convivialité & Festivité (ex. Fêtes latino-mexicaines de Barcelonnette, festivals, Bistrots de Pays, marchés...)
4	Produits locaux & Terroir (ex. Lavande, huile olive, agneau de Sisteron, Banon...)
5	Pureté du ciel & Astronomie (ex. Saint Michel, ciel nocturne, Réserve internationale de ciel étoilé...)
6	Ski & Neige (ex. Stations, raquettes, chien de traîneau, nordique...)
7	Patrimoine & Architecture (ex. Cités de caractère, villages perchés, patrimoine vernaculaire, train des pignes, fortifications...)
8	Pastoralisme (ex. Alpagnes, moutons, partage de l'espace...)
9	Géologie (ex. UNESCO Géoparcs de Haute-Provence et du Luberon, dalle aux ammonites, vélodrome, siréniens...)
10	Thermalisme & Bien être (ex. Gréoux les Bains, Digne les Bains...)
11	Préhistoire (ex. Quinson...)
12	Art contemporain (ex. Cairn Goldsworthy, Aurélie Nemours, Bernar Venet, Mark Dion, David Renaud, Joan Fontcuberta, Richard Nonas...)



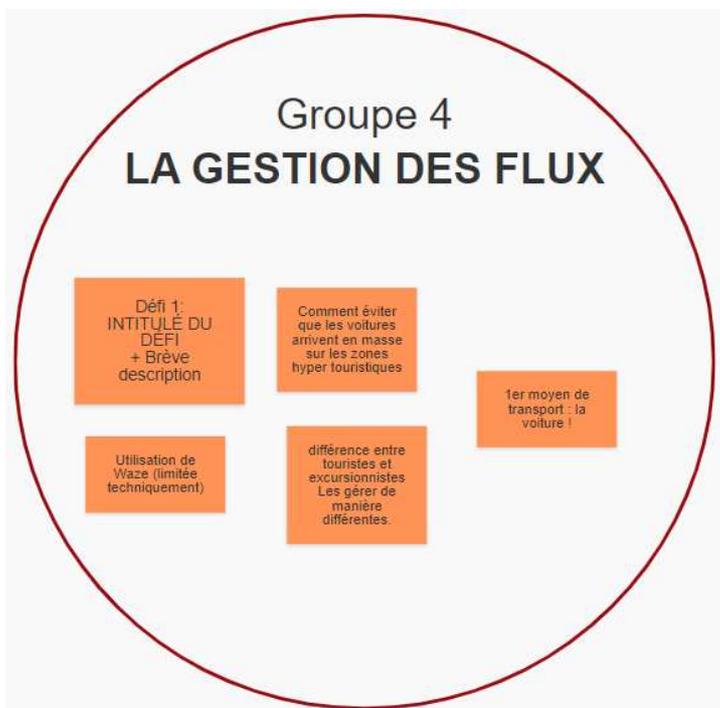
Atelier 3 : Les défis touristiques du territoire

Au regard du nombre de participants, la thématique « communication & marketing » n'a pas été traitée.

Le groupe « qualité de l'offre » n'a pas souhaité hiérarchiser les enjeux :



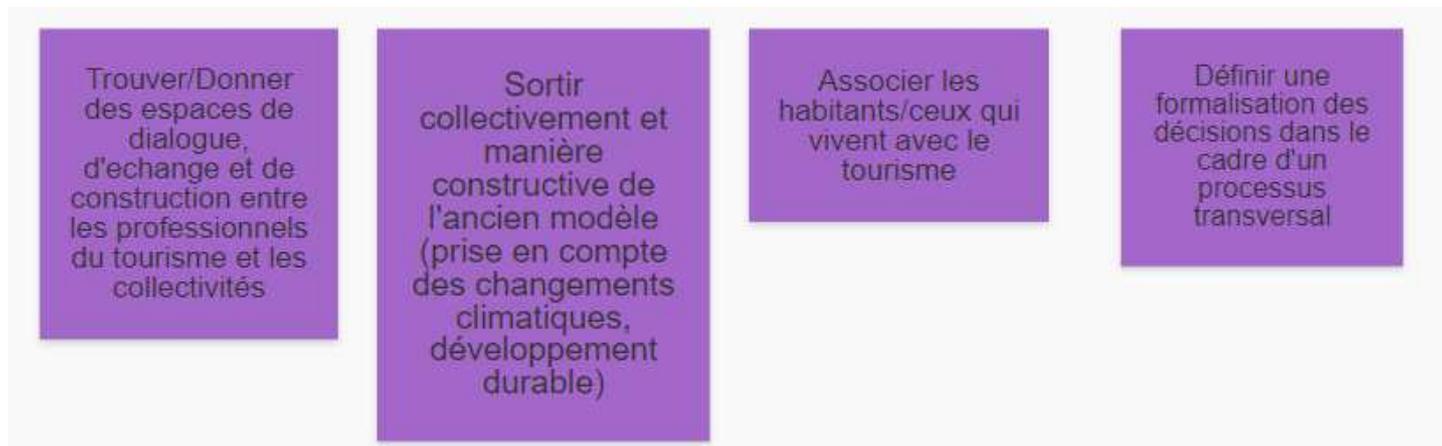
Le groupe « gestion des flux » n'est pas arrivé à hiérarchiser la totalité des enjeux :



Atelier 4 : Priorisation des défis touristiques du territoire

PRIORITAIRE : à améliorer de toute urgence !

- Gouvernance



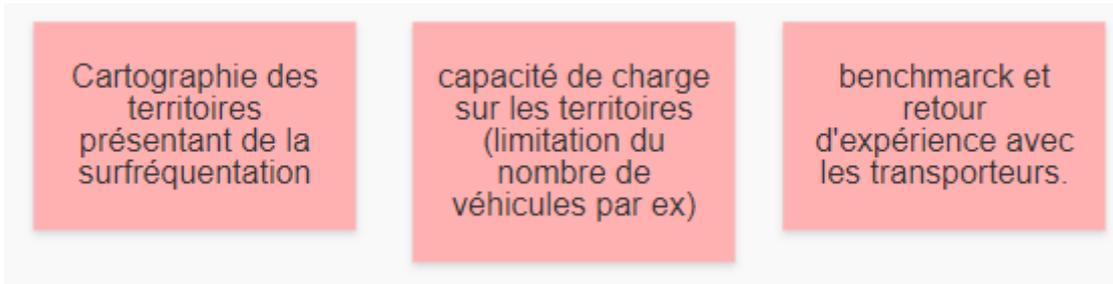
- L'hébergement



- Mobilité et accessibilité



- Gestion des flux



IMPORTANT : des optimisations sont possibles !

- Gouvernance



- L'hébergement



- Mobilité et accessibilité



- Gestion des flux

plateforme pour
faciliter la mobilité
(vélo, bus, taxi..)

modèle
économique sur
l'incitation tarifaire

amélioration de la
com avec les
prestataires d'APN
par exemple...

Manque de
communication
avant le séjour
Ex disponibilité
des locations de
bateau électrique

SECONDAIRE : sujet peu important / déjà bien traité !

- Mobilité et accessibilité

développement du
co-voiturage accès
sur le tourisme et
des aires dédiées

