



ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE
« DESTINATIONS
TOURISTIQUES ÉCOMOBILES PYRÉNÉENES »
(PRESTATION DE SERVICE ACTION 4)

**Étape 1. Définir un référentiel de
destination**

OBJECTIF

Définir les conditions et critères que doivent remplir les destinations membres du projet afin d'intégrer dans cette stratégie de promotion conjointe, des destinations de montagne pyrénéennes engagées dans l'écomobilité, à partir d'expériences issues d'autres territoires.

1. Identification et collecte de modèles de référentiels de destination

Étape 1 Définition d'un référentiel de destination

Actions prévues (selon consultation PNRPC)	Actions développées (selon accord réunion 3 octobre 2018)
Identification et collecte de modèles de référentiels	1. Identification et collecte de modèles de référentiels Minimum prévu : 6 / réalisés : 14
Sélection de trois de ces référentiels avec les membres du comité	2. Identification des aspects ayant le plus d'intérêt pour l'élaboration du référentiel (à partir des 14 modèles identifiés)
Préparation d'un dossier pour chacun des 3 modèles de référentiels sélectionnés	
Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel	3. Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel. Document de base
Rédaction du référentiel	Rédaction du référentiel
Présentation et restitution des résultats.	4. Présentation et restitution des résultats.

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
1		Alpine Pearls	Développé dans le cadre du Projet Interreg III B Espace Alpin. 25 destinations touristiques alpines, présentes dans 6 pays, misant sur l'écomobilité.	Oui
2		Grands Sites de France	Réseau constitué par 43 « paysages culturels » français, espaces alliant à leur valeur culturelle un intérêt écologique. Promoteurs du programme « Escapade nature sans voiture ».	Oui
3		Grands Sites Occitanie Sud de France	Label créé par la région Midi-Pyrénées et repris par la région Occitanie, attribué à 40 sites touristiques régionaux. But : renforcer l'attractivité touristique de la région et entrer dans le top 10 des destinations européennes à l'horizon 2021.	Oui
4		Walkers are Welcome	Association née d'une initiative locale pour la promotion intégrée de la randonnée, regroupant actuellement 100 municipalités de Grande-Bretagne, d'Écosse et du Pays de Galles.	Oui

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
5		Green Destinations 100 Top	Organisation à but non lucratif, ayant son siège aux Pays-Bas, leader d'un groupement d'expert.e.s, d'entreprises et d'institutions académiques. Ses standards sont reconnus par la GSTC comme critères pour mesurer, encadrer et améliorer les politiques de durabilité et de gestion des destinations et des régions.	Oui
6		Best of Wandern	Association promouvant la randonnée pédestre depuis une approche intégrale autour des randonneurs.euses, formée par les régions d'Allemagne, Luxembourg et Autriche et celles germanophones de France et de Belgique.	Oui
7		Wanderdörfer	Réseau de 45 municipalités/régions d'Autriche, aujourd'hui centré sur la randonnée après avoir été plus focalisé sur la promotion de l'écotourisme à sa création au début des années 90. La promotion Web de leurs produits s'articule autour de 3 catégories : itinéraires de grande randonnée, famille et sports d'hiver.	Oui
8		Leading Quality Trail - Fédération européenne de randonnée pédestre	Leading Quality Trail est un label de qualité des sentiers de randonnée, ses critères pouvant être utilisés comme une <i>check-list</i> ou comme une certification complémentaire aux nationales déjà existantes.	Oui
9		Mountain Wilderness	Association internationale dont le but est de préserver la nature « sauvage », non transformée par l'activité humaine. Parmi ses 9 lignes d'action, figure la « mobilité douce ».	Oui

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
10		Mediterranean Pearls	Initiative récente, qui a comme référent Alpine Pearls. Association pour la promotion de destinations touristiques méditerranéennes, formée par des municipalités et des organisations de promotion et commercialisation d'expériences touristiques en destination.	Oui
11		Cittàslow	Organisation née du mouvement Slow Food, présente dans 236 villes dans 20 réseaux de 30 pays, qui promeut et diffuse une bonne qualité de vie au travers de l'identité, la mémoire, la protection de l'environnement, la justice et l'inclusion sociale, la communauté et la citoyenneté.	Oui
12		Parcs naturels régionaux de France	Les PNR s'attachent à la valorisation des ressources naturelles et culturelles propres à chaque territoire. La marque Valeurs Parc met en avant des produits et services du territoire obéissant à des référentiels spécifiques, auprès des consommateurs sensibles aux enjeux du développement durable. Les bénéficiaires s'affichent comme des acteurs économiques responsables, engagés pour le développement de leur territoire.	Oui
13		Agència Catalana de Turisme	Agence de promotion touristique de la Generalitat de Catalunya. Structure une grande partie des actions autour de marques (<i>marques</i>) de qualité de destinations et de labels (<i>segells</i>) de qualité de produits, auxquelles les destinations et les différents acteurs peuvent adhérer.	Oui
14		Fédération Europarc	La Charte Européenne du Tourisme Durable (CEDT), constitue un outil de mise en œuvre du tourisme durable dans les espaces protégés permettant d'instaurer une gestion durable des activités touristiques. Elle s'appuie sur un partenariat étroit entre gestionnaires d'espaces protégés, organismes institutionnels, prestataires touristiques, tour opérateurs et acteurs locaux.	Oui



La mobilité douce pour explorer de nouveaux horizons
Des vacances écologiques, respectueuses du climat

Développé dans le cadre du Projet Interreg III B Espace Alpin.
 25 destinations touristiques alpines, présentes dans 6 pays, misant sur l'écomobilité.

Référentiel

Oui

Guaranteed mobility without your car
 Special softly mobile services in the Pearl

- From train station/bus stop to your destination**
 Take the Belle Savoie Express from Modane train station to Termignon.
- ESTIBUS (Summer)**
 Connects all the villages in the Haute Maurienne Valaisanne between Bramans and Bonneville-sur-Arç.
- SHUTTLE BUS VAL CENIS**
 This bus shuttles between all the valley stations of the Val Cenis ski area.
- DIAL-A-BUS SERVICE (on Thursdays)**
 On Thursdays outside the tourist season, you can pre-book this bus to reach your destination.
- CABLE CARS**
 Cable cars are the best for winter travellers. They are your most convenient way to make the summer (ski) and winter (ski) trips.
- BIKES AND E-BIKES**
 You can rent bikes and e-bikes at the local sports shop.
- WALKWAYS**
 You can conveniently reach many villages in the area on secured walkways away from the roads.
- PASS EXPLORATION (Summer)**
 Purchased "Pass Exploration" card - gives you free access to many activities, including the use of the EcoBus and the bus in Evroz-deux-eaux.
- SHUTTLE BUS ENTRE-DEUX-EAUX**
 This shuttle bus takes you to the heart of the Savoie National Park.
- TROTIBUS**
 Clip-drop through Termignon and to the Nordic ski centre with this traditional horse drawn carriage.
- SKI BUS (WINTER)**
 Free ski bus shuttles through the valley from Bramans to Bonneville-sur-Arç.
- HITCHHIKING "POINT STOPS"**
 Carefree mobility thanks to the hitchhiking network of the Haute Maurienne Valaisanne Region.
- SELF-SERVICE E-BIKE RENTAL**
 There is a self-service station available where you can rent a bike.



Réseau constitué par 43 « paysages culturels » français, espaces alliant à leur valeur culturelle un intérêt écologique. Promoteurs du programme « Escapade nature sans voiture ».

Référentiel

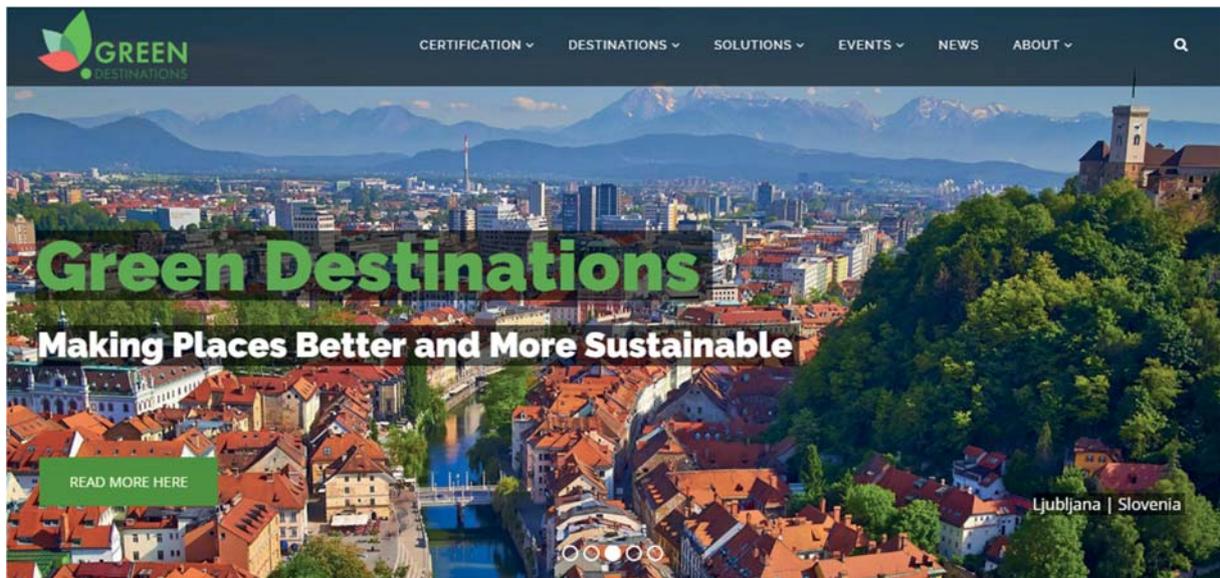
Oui



Association née d'une initiative locale pour la promotion intégrée de la randonnée, regroupant actuellement 100 municipalités de Grande-Bretagne, d'Écosse et du Pays de Galles.	Référentiel
	Oui



Association promouvant la randonnée pédestre depuis une approche intégrale autour du randonneur, formée par les régions d'Allemagne, Luxembourg et Autriche et les régions germanophones de France et Belgique.	Référentiel
	Oui



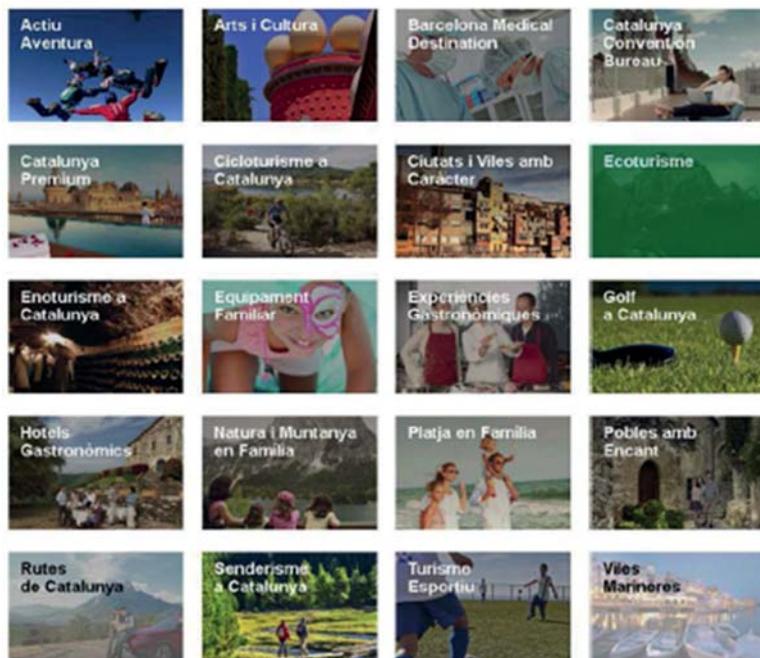
Organisation à but non lucratif, ayant son siège aux Pays-Bas, leader d'un groupement d'expert.e.s, d'entreprises et d'institutions académiques. Ses standards sont reconnus par la GSTC comme critères pour mesurer, encadrer et améliorer les politiques de durabilité et de gestion des destinations et des régions.

Référentiel
Oui



Marques i Segells*

*Cada una certificada pública realitzada per l'ACT



Agence de promotion touristique de la Generalitat de Catalunya. Structure une grande partie des actions autour de marques (<i>marques</i>) de qualité de destinations et de labels (<i>segells</i>) de qualité de produits, auxquelles les destinations et les différents acteurs peuvent adhérer.	Référentiel
	Oui

2. Identification des aspects ayant le plus grand intérêt pour l'élaboration du référentiel de destination



Étape 1 Définition d'un référentiel de destination

Actions prévues (selon consultation PNRPC)	Actions développées (selon accord réunion 3 octobre 2018)
Identification et collecte de modèles de référentiels	1. Identification et collecte de modèles de référentiels Minimum prévu : 6 / réalisés : 14
Sélection de trois de ces référentiels avec les membres du comité Préparation d'un dossier de chacun des 3 modèles de référentiels sélectionnés	2. Identification des aspects ayant le plus grand intérêt pour l'élaboration du référentiel (à partir des 14 modèles identifiés).
Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel	3. Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel. Document de base.
Rédaction du référentiel	Rédaction du référentiel
Présentation et restitution des résultats.	4. Présentation et restitution des résultats.



Nom : Alpine Pearls
Site internet : www.alpine-pearls.com/fr/
Entité responsable du référentiel : Alpine Pearls
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : Alpes

Développé dans le cadre du Projet Interreg III B Espace Alpin.
 25 destinations touristiques alpines, présentes dans 6 pays,
 misant sur l'écomobilité.



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ villages ▪ destinations
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : association ▪ Participation : 12 000 €/an par destination
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Un des principaux modèles comme référentiel de destination dans les Alpes.</p> <p>Communication, promotion et relations publiques : environ 50% du budget total y est consacré</p>



Nom : Réseau des Grands Sites de France
Site internet : www.grandsitedefrance.com/
Entité responsable du référentiel : Réseau Grands Sites
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : France

Réseau constitué par 43 « paysages culturels » français, espaces alliant à leur valeur culturelle un intérêt écologique.

Promoteurs du programme « Escapade nature sans voiture »
www.escapadenature-sansvoiture.fr/ .



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grand Sites classés
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : association ▪ Participation : information non disponible
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Modèle « incomplet » vis-à-vis de GPS Tourism, car orienté vers Grands Sites.</p> <p>Intéressant pour la similitude avec la démarche Escapade nature sans voiture</p>


<p> Nom : Grands Sites Occitanie Sud de France Site internet : www.grands-sites-occitanie.fr Entité responsable : région Occitanie/Pyrénées Méditerranée Désignation de l'entité : Label Couverture géographique : Région Occitanie </p>
<p>Label crée par la région Midi-Pyrénées et repris par la région Occitanie, attribué à 40 sites touristiques régionaux. But : renforcer l'attractivité touristique de la région et entrer dans le top 10 des destinations européennes à l'horizon 2021.</p>

	
Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sites engagés dans une démarche Unesco et/ou Grands Sites de France ou Opérations Grands Sites de France et/ou ex Grands Sites Midi-Pyrénées ▪ autres candidats
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui, Région Occitanie ▪ Structure : information non disponible ▪ Participation : information non disponible
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Certaines zones partenaires sont membres. Ne coïncide pas pleinement avec idée de GPS Tourism, mais démarche à tenir en compte.</p>



Nom : Walkers are Welcome

Site internet : <https://walkersarewelcome.org.uk/>

Entité responsable : Walkers are Welcome Community Interest Company

Désignation de l'entité : Association

Couverture géographique : Grande Bretagne

Association née d'une initiative locale pour la promotion intégrée de la randonnée, regroupant actuellement 100 municipalités de Grande-Bretagne, d'Écosse et du Pays de Galles.



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Villages ▪ Destinations
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : réseau ▪ Participation/an : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inférieur à 3 000 hab : £40 ▪ 3 001 – 8 000 hab. : £60 ▪ 8 001 – 15 000 : £80 ▪ 15 000 : £100
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Référent quant à l'accueil des randonneurs.euses et la création d'un label assez facile à mettre en place.</p> <p>Promotion de la démarche avec la participation active de l'industrie locale et des résidents.</p>


<p> Nom : Green Destinations Site internet : http://greendestinations.org/ Entité responsable : Association Green Destinations Désignation de l'entité : Association Couverture géographique : Internationale </p>
<p> Organisation à but non lucratif, ayant son siège aux Pays-Bas, leader d'un groupement d'expert.e.s, d'entreprises et d'institutions académiques. Ses standards sont reconnus par la GSTC comme critères pour mesurer, encadrer et améliorer les politiques de durabilité et de gestion des destinations et des régions. Démarche de communication importante lors d'événements comme ITB à Berlin. </p>



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ villes ▪ régions ▪ destinations ▪ parcs naturels
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : équipe de professionnels ▪ Participation/an : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gratuite au début ▪ Offre d'un forfait annuel pour obtenir un accompagnement pour la rédaction du cahier des charges, très complet.
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Label mondial</p> <p>Plutôt modèle quant aux critères et pour la certification de certaines destinations qui pourraient y adhérer.</p>



Nom : Best of Wandern (*Traduction: Le meilleur de la randonnée*)

Site internet : www.best-of-wandern.de

Entité responsable : Réseau Best of Wandern

Désignation de l'entité : Association

Couverture géographique : Destinations germanophones

Association promouvant la randonnée pédestre depuis une approche intégrale autour des randonneurs.euses, formée par des destinations germanophones d'Allemagne, Autriche, Luxembourg, France et Belgique.



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ villages ▪ destinations Associés aussi : <ul style="list-style-type: none"> ▪ vente en ligne de matériel de randonnée ▪ tour opérateur
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : réseau ▪ Participation: information non disponible
Similitudes / différences avec GPS Tourism	Réfèrent quant à l'accueil des randonneurs.euses, la création d'un label mais surtout la qualité des services mis en place. Possibilité de tester le matériel de randonnée. Un tour opérateur est membre du réseau. Actions de promotion et de communication à tenir en considération.



Nom : Wanderdörfer (*traduction : villages de la randonnée pédestre*)

Site internet : www.wanderdoerfer.at

Entité responsable : Association Wanderdörfer

Désignation de l'entité : Association

Couverture géographique : Autriche

Réseau de 45 municipalités/régions d'Autriche, aujourd'hui centré sur la randonnée après avoir été plus focalisé sur la promotion de l'écotourisme à sa création au début des années 90.

La promotion Web de leurs produits s'articule autour de 3 catégories : itinéraires de grande randonnée, famille et sports d'hiver.



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ villages
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : réseau ▪ Participation : information non disponible
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>97 produits offerts sur le site web.</p> <p>Liens directs vers la page de réservation de la Deutsche Bahn (origine principale de la clientèle).</p> <p>Un site web associé de commercialisation : www.weitwanderwege.com</p>



Nom : Leading Quality Trail
Site internet : www.era-ewv-ferp.com/fr/programmes/lqt/
Entité responsable : Fédération européenne de randonnée pédestre
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : Europe

Leading Quality Trail est un label de qualité des sentiers de randonnée, ses critères pouvant être utilisés comme une *check-list* ou comme une certification complémentaire aux nationales déjà existantes.



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gouvernements locaux ▪ entités publiques et privées qui promeuvent des initiatives de sentiers de randonnée à usage touristique
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : fédération ▪ Participation : selon les kilomètres à certifier
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Plutôt destiné à la labélisation des chemins et sentiers de randonnée. Modèle en tant que référent dans les pays émetteurs, surtout l'Allemagne.</p> <p>Les sentiers doivent être classés GR par les fédérations nationales.</p>



Nom : Mountain Wilderness

Site internet : www.mountainwilderness.org/

Entité responsable :

Désignation de l'entité : Association

Couverture géographique : Internationale. Associations nationales et régionales.

Association internationale dont le but est de préserver la nature « sauvage », non transformée par l'activité humaine. Parmi ses 9 lignes d'action, figure la « mobilité douce ».



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ privés ▪ entités
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : association ▪ Participation : auprès de la section catalane : 20€ pour les privés, à partir de 50€ pour les entités
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Référent international quant à la protection de l'environnement non affecté par l'être humain. Ses critères d'écomobilité sont source d'inspiration.</p> <p>Délégations en France et en Catalogne qui ont contacté les partenaires de GPS Tourism.</p>



Nom : Mediterranean Pearls
Site internet : www.mediterraneanpearls.it/fr
Entité responsable : DMO Mediterranean Pearls
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : Pays méditerranéens

Initiative récente, qui a comme référent Alpine Pearls. Association pour la promotion de destinations touristiques méditerranéennes, formée par des municipalités et des organisations de promotion et commercialisation d'expériences touristiques en destination.



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ destinations
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : Professionnels ▪ Participation : Information non disponible
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Utile, car inspiré d'Alpine Pearls, pour détecter les difficultés et problèmes à la mise en place de la marque et de l'ensemble du « projet ».</p> <p>Ciblé surtout sur la gestion et promotion des destinations. Formule type cabinet de consultation et actions B2B auprès des opérateurs, participation à des salons et événements...</p>


<p> Nom : Cittaslow Site Internet : www.cittaslow.org/ Entité responsable : Désignation de l'entité : Association Couverture géographique : International </p>
<p> Organisation née du mouvement Slow Food, présente dans 236 villes dans 20 réseaux de 30 pays, qui promeut et diffuse une bonne qualité de vie au travers de l'identité, la mémoire, la protection de l'environnement, la justice et l'inclusion sociale, la communauté et la citoyenneté. </p>



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ villes ▪ villages ▪ régions ▪ réseaux ▪ projets
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure : Association ▪ Participation : <ul style="list-style-type: none"> ▪ 600 euros certification ▪ ville de moins de 1 000 résidents : 600 euros / an ▪ 1 000 à 5 000 : 750 euros /an ▪ 5 000 à 15 000 : 1 500 euros / an ▪ 15 000 à 30 000 : 2 500 euros / an ▪ plus de 30 000 : 3 500 euros / an ▪ Supporteurs et amis : 3 500 euros
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Référent mondial bien que perspective différente à celle de GPS. Peut être utile quant à création et mise en place de la marque et diffusion ultérieure de GPS Tourism.</p>

 
<p>Nom : Parc Naturel Régional Site internet : www.parc-naturels-regionaux.fr/ Entité responsable : Fédération des PN Régionaux Désignation de l'entité : Réseau Couverture géographique : France</p>
<p>Les PNR s'attachent à la valorisation des ressources naturelles et culturelles propres à chaque territoire. La marque Valeurs Parc met en avant des produits et services du territoire obéissant à des référentiels spécifiques, auprès des consommateurs sensibles aux enjeux du développement durable. Les bénéficiaires s'affichent comme des acteurs économiques responsables, engagés pour le développement de leur territoire.</p>



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ parcs naturels régionaux ▪ producteurs ▪ prestataires ▪ artisans travaillant dans les zones couvertes par les PNR.
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui ▪ Structure PNRPC : syndicat mixte regroupant la Région Occitanie Pyrénées Méditerranée, le Département des Pyrénées-Orientales, les 3 communautés de communes et les 66 communes ayant adopté la Charte.
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Certains prestataires de services sont déjà labélisés Valeurs parc. C'est un plus qui peut servir d'inspiration mais aussi quant à la création de produits.</p> <p>Le Parc National des Pyrénées a un label similaire : Esprit Parc</p>

Nom : Agència Catalana de Turisme
Site internet : <http://act.gencat.cat/>
www.catalunya.com
Entité responsable : Generalitat de Catalunya
Désignation de l'entité : Entité administrative
Couverture géographique : Catalogne

Agence de promotion touristique de la Generalitat de Catalunya. Structure une grande partie des actions autour de marques (*marques*) de qualité de destinations et de labels (*segells*) de qualité de produits, auxquelles les destinations et les différents acteurs peuvent adhérer. Partenariat public-privé.

Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ destinations ▪ logements ▪ services ▪ prestataires ▪ offices de tourisme
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Structure : entité qui dépend de la Generalitat de Catalunya ▪ Participation : <ul style="list-style-type: none"> ▪ affiliation 200 euros / an ▪ marque 350 euros / an ▪ label 500 euros / an
Similitudes / différences avec GPS Tourism	Référentiels et processus de certification qui peuvent être utiles et qui ont été inclus dans les référentiels des produits.



Nom : Fédération Europarc
Site Internet : <https://www.europarc.org/sustainable-tourism/>
Entité responsable : Europarc
Désignation de l'entité : Fédération de pays
Couverture géographique : Europe

La Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD), constitue un outil de mise en œuvre du tourisme durable dans les espaces protégés, permettant d'instaurer une gestion durable des activités touristiques.
 Elle s'appuie sur un partenariat étroit entre gestionnaires d'espaces protégés, organismes institutionnels, prestataires touristiques, tours opérateurs et acteurs locaux.



Destinataires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gestionnaires d'espaces protégés ▪ prestataires touristiques ▪ acteurs locaux ▪ tour opérateurs
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secrétariat : oui + sections nationales ▪ Structure : Fédération de réseaux ▪ Participation : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisations internationales jusqu'à locales + parcs et zones protégées : 660 euros / an ▪ Organisation supportrice : 230 euros / an ▪ Individuel : 60 euros / an
Similitudes / différences avec GPS Tourism	<p>Certification basée sur un plan d'action individuel rédigé par chaque prestataire.</p> <p>Utile car s'applique à différents types de prestataires de services. Modèle commun en France et en Catalogne.</p> <p>Dans la 3ème phase, des opérateurs touristiques ont été certifiés dans certains parcs, notamment en France.</p>

3. Document de base pour la rédaction du référentiel de destination



Étape 1 Définition d'un référentiel de destination

Actions prévues (selon consultation PNRPC)	Actions développées (selon accord réunion 3 octobre 2018)
Identification et collecte de modèles de référentiels	1. Identification et collecte de modèles de référentiels Minimum prévu : 6 / réalisés : 14
Sélection de trois de ces référentiels avec les membres du comité Préparation d'un dossier de chacun des 3 modèles de référentiels sélectionnés	2. Identification des aspects ayant le plus grand intérêt pour l'élaboration du référentiel (à partir des 14 modèles identifiés).
Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel Rédaction du référentiel	3. Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel. Document de base Rédaction du référentiel
Présentation et restitution des résultats.	4. Présentation et restitution des résultats.

Contenu du référentiel de destination à rédiger

1. Pourquoi un référentiel de destination? Qu'entendons-nous par écomobilité?
2. Quels destinations / territoires peuvent être incorporés?
3. Que voulons-nous accomplir? Quels sont les points sur lesquels les destinations doivent s'engager?
4. Comment allons-nous procéder?

1. Pourquoi un référentiel de destination?

L'objectif de la création d'une marque est d'identifier les destinations œuvrant à la création de produits qui incorporent l'écomobilité en zones montagnardes, comme l'un des points distinguant leur stratégie globale de promotion, d'un modèle de tourisme durable et responsable.

Qu'entendons-nous par écomobilité?

Selon ADEME – Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (1)

Le terme « d'écomobilité touristique » est une terminologie récente qui combine plusieurs définitions et englobe les problématiques posées par chacune d'entre elles :

La mobilité douce désigne l'ensemble des modes de déplacements ayant uniquement recours à l'énergie humaine. À titre d'exemples, la marche, le vélo, la trottinette, le roller figurent parmi les modes privilégiés de mobilité douce, auxquels peuvent être ajoutés l'âne, le poney, le cheval, mais également le kayak ou le canoë.

L'écomobilité concerne, en plus de la mobilité douce, les modes de transport motorisés plus respectueux de l'environnement ainsi que les modes de transport qui constituent des alternatives à l'utilisation d'un véhicule motorisé à titre individuel. Les solutions ou services tels que les systèmes de transport collectifs, le transport ferroviaire voire maritime ainsi que les systèmes d'auto-partage ou de vélo-partage en sont les principaux exemples.

(1) La mobilité touristique. Comment être acteur de la mobilité de sa clientèle. [Link](#)

2. Quels destinations / territoires peuvent être incorporés ?

Des espaces ruraux situés dans les Pyrénées

Ils doivent disposer d'une offre touristique d'intérêt comprenant :

- Des espaces emblématiques pour leurs valeurs naturelles et culturelles, avec des entités de protection de l'environnement.
- Une offre d'infrastructures d'accès à ces espaces, aussi bien pour des véhicules privés qu'à travers l'écomobilité (transports en commun, stationnements, itinéraires à pieds, en vélo, ...).
- Une offre de services touristiques qui facilite le séjour des visiteurs et leur permet de profiter pleinement des lieux d'intérêts (hébergements, restaurants, activités, guides, offices de tourisme, musées et centres d'interprétation...).
- Un réseau d'itinéraires qui permet l'accessibilité aux ressources et aux attractions touristiques, bien signalisés et disposant d'un programme d'entretien.
- Un programme de propositions de découverte du territoire (pouvant incorporer les produits d'écomobilité).
- Un Service du Tourisme s'occupant de la gestion de ces programmes et animant la création de nouveaux produits ainsi que la promotion de l'offre touristique durable.

2. Quels destinations / territoires peuvent être incorporés ?

CRITÈRES OBLIGATOIRES

Les destinations devraient :

- Avoir une stratégie globale pour un tourisme durable et responsable, approuvée par l'organisme de gestion compétent, veillant à l'amélioration de la qualité de vie des résident.e.s et des visiteur.euse.s, ratifiée par les entités responsables de la promotion touristique de la destination.
- Disposer d'une gamme de services publics et d'infrastructures pour l'écomobilité qui répondent à :
 - Comment arriver à destination?
 - Comment arriver à l'hébergement?
à cause des difficultés actuelles, ce critère devrait être un plus, optionnel. Par contre, le fait d'informer de la possibilité de fournir un transport sur demande doit être obligatoire.
 - Comment se déplacer à l'intérieur de la destination?

2. Quels destinations / territoires peuvent être incorporés ?

CRITÈRES OBLIGATOIRES

Les destinations devraient :

- Disposer d'espace spécifiques GPS Tourism au sein des offices de tourisme, maisons des parcs, centres d'information, permettant de faire connaître l'implication de la destination dans des programmes d'écomobilité touristique.
- Présenter sur le site internet de GPS Tourism, l'implication de la destination auprès des programmes d'écomobilité touristique en suivant le modèle de Alpine Pearls).
- Encourager à la création de produits priorisant les déplacements et les activités grâce à l'écomobilité.
- Encourager à mettre en place des politiques actives de promotion des produits gastronomiques locaux, des circuits courts, de l'artisanat, des traditions et du patrimoine intangible comme élément clé de la stratégie touristique du territoire.

2. Quels destinations / territoires peuvent être incorporés ?

CRITÈRES OPTIONNELS (1)

- Disposer et/ou encourager à la création d'une certification de tourisme durable du territoire : Parc naturel, Géoparc, Grand Sites, Green Destinations, Biosphere, etc.
- Encourager le travail en réseau entre différentes entités publiques, avec l'ensemble des structures compétentes dans le domaine de l'écomobilité.
- Encourager à mettre en place des indicateurs de durabilité et de compétitivité de la gestion des destinations touristiques, en suivant le modèle d'ETIS (European Tourism Indicator System), promu par la DG GROW de la Commission européenne.
- Encourager la création d'un forum à niveau territorial de suivi des stratégies de tourisme durable et de mobilité étant mis en place sur le territoire, en suivant l'exemple des forums de la Charte européenne de tourisme durable.
- Faire partie de l'une des marques touristiques au niveau national/territorial, en lien avec le tourisme durable, le tourisme actif, la nature, la culture.
- Promouvoir des événements liés à la randonnée/cyclotourisme... comme forme ludique de découverte du territoire. Organisation de marches populaires, festivals de randonnée... (Exemple Walkers are Welcome).

2. Quels destinations / territoires peuvent être incorporés ?

CRITÈRES OPTIONNELS (2)

- Disposer d'un réseau d'itinéraires d'écomobilité (à pied, en vélo, à cheval) pensés pour les différents segments de visiteur.e.s (Exemple Wanderdörfer).
- Encourager l'intégration dans les activités d'animation des entreprises locales, boutiques de sport, etc., afin de présenter et tester de nouveaux matériels (Exemple Best of Wandern).
- Encourager la mise en place des stratégies destinées à informer la population locale sur les politiques de tourisme durable et d'écomobilité, ainsi que d'autres afin de recueillir leur perception (Exemples ETIS, Green Destinations).
- Promouvoir et faciliter la certification des entreprises locales à des standards de qualité et de durabilité (Exemple Alpine Pearls).

3. Que voulons-nous accomplir? Quels sont les points sur lesquels les destinations doivent-elles s'engager? Actions à développer

1. Politique active de communication sur l'écomobilité, aux niveaux externe et interne.
2. Contribuer à la mise en œuvre de nouvelles mesures de promotion de l'écomobilité.
3. Encourager à l'incorporation de l'offre d'écomobilité aux produits touristiques.
4. Encourager à ce que l'entité publique qui gère le territoire et l'ensemble des structures compétentes (offices de tourisme, parcs naturels, etc.) propose un minimum de 4-5 produits intégrant l'écomobilité pour arriver et/ou voyager au sein de la destination, tout au long de l'année.
5. Animer/participer de façon active à ce que l'entité publique qui gère le territoire et l'ensemble des structures compétentes (offices de tourisme, parcs naturels, etc.) fassent la promotion d'autres politiques d'engagement en faveur d'un tourisme plus durable et responsable.
6. Faire en sorte que les actions réalisées en faveur du tourisme aient un impact positif auprès de la population locale, à travers l'amélioration de la qualité de vie, du bien-être et du respect des traditions locales.

3. Que voulons-nous accomplir? Quels sont les points sur lesquels les destinations doivent-elles s'engager? Actions à développer

1. Politique active de communication sur l'écomobilité, aux niveaux externe et interne.

Niveau externe

Aussi bien le site internet touristique que l'ensemble du matériel de promotion adressé aux professionnels et au grand public, doivent inclure des informations spécifiques sur tous les moyens de transports disponibles. Une présentation pensée spécifiquement pour le site internet www.gpstourism.eu va unifier la forme de présentation de cette mobilité et la rendre plus visible.

Encourager à ce que l'information générée par les offices/services de tourisme/parcs naturels mettent en valeur les possibilités de déplacement sur le territoire, en transport en commun.

Niveau interne

La destination doit encourager à mener à bien des campagnes destinées aux personnes résidentes et aux entreprises locales sur l'utilisation des transports en commun et l'écomobilité.

3. Que voulons-nous accomplir? Quels sont les points sur lesquels les destinations doivent-elles s'engager? Actions à développer

2. Mise en œuvre de nouvelles mesures de promotion de l'écomobilité.

- Encourager une politique de renforcement des transports en commun et un taux d'émission minimal de CO₂ pour chaque déplacement en véhicule privé.
- Encourager la promotion de zones de stationnement sûres aux entrées des villes et villages mais aussi sur les sites de grande affluence.
- Encourager la création de zones pour piétons dans les centres urbains et les sites de grande affluence.
- Encourager la promotion d'itinéraires pour piétons et vélos, en zones urbaines et rurales.
- Encourager des actions pour connecter les itinéraires avec les transports en commun et avec les principales attractions touristiques.
- Encourager la mise en place de points de recharge des voitures et des vélos électriques.
- Inciter à la création d'entreprises de location de véhicules électriques (voitures, vélos, trottinettes...) ou à faible émission de CO₂.

3. Que voulons-nous accomplir? Quels sont les points sur lesquels les destinations doivent-elles s'engager? Actions à développer

3. Encourager l'inclusion de l'offre d'écomobilité aux produits touristiques

- Des activités d'écomobilité doivent être intégrées dans l'offre de séjour pour les hôtes voyageant en bus ou train.

4. Encourager à ce que l'entité publique qui gère le territoire propose un minimum de 4-5 produits intégrant l'écomobilité pour arriver à et/ou voyager dans la destination, tout au long de l'année

- Ces produits peuvent être clef en main, idée de séjour, sorties à la journée.

3. Que voulons-nous accomplir? Quels sont les points sur lesquels les destinations doivent-elles s'engager? Actions à développer

5. Animer/participer de façon active à ce que l'entité publique qui gère le territoire fasse la promotion d'autres politiques d'engagement en faveur d'un tourisme plus durable et responsable.

- Inclusion/promotion de stratégies :
 - pour la réduction des émissions de CO₂, comme dans le cas de la Convention des maires pour le climat et l'énergie.
 - favoriser le recyclage et la minimisation des déchets
 - mettre en place des mesures d'économies de l'eau
 - assurer une gestion correcte de la dépuración des eaux résiduelles
 - gestion des risques environnementaux
 - réduction des pollutions atmosphérique et lumineuse
 - réduction de la pollution acoustique
- Promotion de mesures de quantification des émissions de CO₂ et de stratégies pour sa réduction et compensation.
- Promotion d'actions de conservation et mise en valeur du :
 - patrimoine naturel et de la biodiversité,
 - patrimoine culturel, ethnologique, rural, promotion des produits locaux et de l'artisanat,
 - produits agroalimentaires locaux, favorisant leur incorporation tant au niveau public (écoles, événements) comme dans les établissements touristiques (hôtels, restaurants).

3. Que voulons-nous accomplir ? Quels sont les points sur lesquels les destinations doivent-elles se compromettre ? Actions à développer

6. Faire en sorte que les actions réalisées en faveur du tourisme aient un impact positif auprès de la population locale, à travers l'amélioration de la qualité de vie, du bien-être et du respect des traditions locales.

- De la même manière que les services proposés à des fins touristiques puissent être utiles aux locaux, l'utilisation des services publics existants devraient être étendue aux touristes/visiteurs.

Contenu du référentiel de destination à rédiger

• Comment allons-nous procéder?

Types de destinations touristiques qui pourraient être incluses

- Aire géographique : Pyrénées
- Territoires partageant une unité de gestion et de promotion touristique conjointe et qui représente une unité territoriale reconnue.
 - Communautés de communes
 - Pays
 - Agence de Développement touristique
 - Comarques
- Espaces protégés (naturels, culturels) disposant d'un plan d'action de promotion d'un modèle de tourisme durable, au sein duquel la mobilité est l'un des axes clés.
- Communes qui par leur niveau de développement touristique, tant au niveau des ressources comme de l'offre de services touristiques, ont une reconnaissance sur le marché et disposent d'un département de gestion et promotion touristique.

Présentation en premier lieu aux entités de gestion et promotion, chargés de mission et élu.e.s, avant de le présenter directement aux agents territoriaux