

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MERCREDI  
26 MAI 2021

## LE CRT ET LES ESPACES NATURELS PROTÉGÉS DE LA RÉGION SUD ENGAGÉS POUR UN TOURISME ENCORE PLUS RESPONSABLE

En Provence-Alpes-Côte d'Azur, la nature est tout simplement éblouissante. Verdoyantes terres provençales, pureté des massifs alpins, lumière intense des paysages azuréens... Notre région est un écrin aux mille facettes, où les beautés de la terre sont omniprésentes : si le tourisme génère 10% des emplois pour 19,8 milliards d'euros de consommation touristique (13% du PIB régional), notre région n'en reste pas moins une terre extrêmement préservée : **les espaces naturels protégés couvrent 60% de notre territoire régional.**

La région Sud abrite ainsi 4 Parcs nationaux (Les Calanques, Port-Cros, Les Ecrins, le Mercantour) et 9 Parcs naturels régionaux (Les Alpilles, le Luberon, le Verdon, le Mont-Ventoux, la Sainte-Baume, les Baronnies provençales, la Camargue, le Queyras, les Préalpes d'Azur). A ces joyaux naturels s'ajoutent 11 réserves nationales, 6 réserves régionales, et bien sûr une biodiversité exceptionnelle.

Dans la continuité du Plan climat ambitieux, « Une Cop d'avance » de la Région Sud, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT) et les acteurs du tourisme régional ont depuis longtemps pris conscience de la nécessité de protéger ces espaces d'exception. Ainsi, une série de mesures concrètes ont été mises en œuvre, ces dernières années, pour concilier tourisme et préservation des espaces naturels et du cadre de vie des habitants.

« Depuis le début de la pandémie, nous nous battons pour que le tourisme, très impacté par la crise, reprenne vie. En région Sud, ce secteur est fortement investi dans la préservation de nos espaces naturels. Nos Parcs naturels régionaux incarnent, entre autres, cette volonté de conjuguer besoin et respect de la nature. Ils constituent des acteurs clés de la préservation de notre biodiversité et de sensibilisation au respect de notre écrin. Chaque année, dans le cadre du Plan climat, 10 Millions d'Euros soit plus de la moitié du budget « biodiversité » leur sont dédiés. Notre région est un joyau naturel. Continuons de le protéger », déclare **le Président de la Région Sud**.

« Notre engagement pour un tourisme durable ne date pas d'hier. Forts du travail de fond mené ces dernières années avec succès sur la désaisonnalisation et la complémentarité des clientèles touristiques, nous précisons encore notre champ d'action en faveur de la préservation de notre écrin, via plusieurs leviers désormais sur le terrain : un partenariat inédit renforcé avec Waze pour mieux répartir les flux touristiques, une offre écotouristique structurée et une campagne de sensibilisation grand public d'ampleur », déclare **le Président du Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT)**.

### **1- DES ACTIONS FORTES ET CONCRETES ISSUES DU TERRAIN POUR PRESERVER NOS ESPACES NATURELS PROTEGES**

#### **1.1 Une collaboration innovante avec WAZE, une première mondiale pour influencer en direct les flux des visiteurs !**

Depuis fin 2019, une expérimentation inédite est menée entre le CRT et le site leader de la navigation GPS, WAZE, pour faire face aux pics de fréquentation ponctuels de certains sites naturels sensibles. L'été dernier, 4 sites avaient été choisis dans les Parcs naturels régionaux du Luberon et du Verdon pour expérimenter ce dispositif : le sentier des ocres à Roussillon, le Colorado provençal à Rustrel, le sentier Blanc Martel et la plage Saint-Julien au bord du lac d'Esparron.



Concrètement, en cas de fréquentation importante de ces sites, la destination et Waze proposaient aux automobilistes des sites alternatifs proches et moins fréquentés à visiter. Ou, dans le cas du sentier Blanc-Martel, des indications pour se rendre sur un parking relais et emprunter une navette gratuite pour rejoindre le site, afin de désengorger les parkings les plus proches en cas de saturation.

Les résultats de cette première expérimentation, menée entre le 5 juin et le 31 juillet 2020, se sont avérés concluants : 325 000 conducteurs ont été touchés par le dispositif mis en place autour des 4 scénarios d'expérimentation, et plus de 28 000 navigations vers les solutions alternatives proposées ont été « provoquées » à la suite de l'exposition aux messages.

## COMMUNIQUE DE PRESSE

Les résultats de cette expérimentation ont été très prometteurs. Le dispositif est donc élargi dès maintenant : ce sont désormais 8 parcs nationaux ou naturels régionaux – les Parcs nationaux des Calanques (avec L'office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille), des Ecrins, du Mercantour et de Port-Cros ainsi que les Parcs naturels régionaux des Alpilles, des Préalpes d'Azur, de la Sainte-Baume et du Verdon qui s'associent au CRT et à Waze pour déployer le dispositif à plus grande échelle. Une animation a été produite avec CI Média, l'agence avec laquelle nous travaillons, pour expliquer le dispositif.

### 1.2 Construction et diffusion d'itinéraires alternatifs

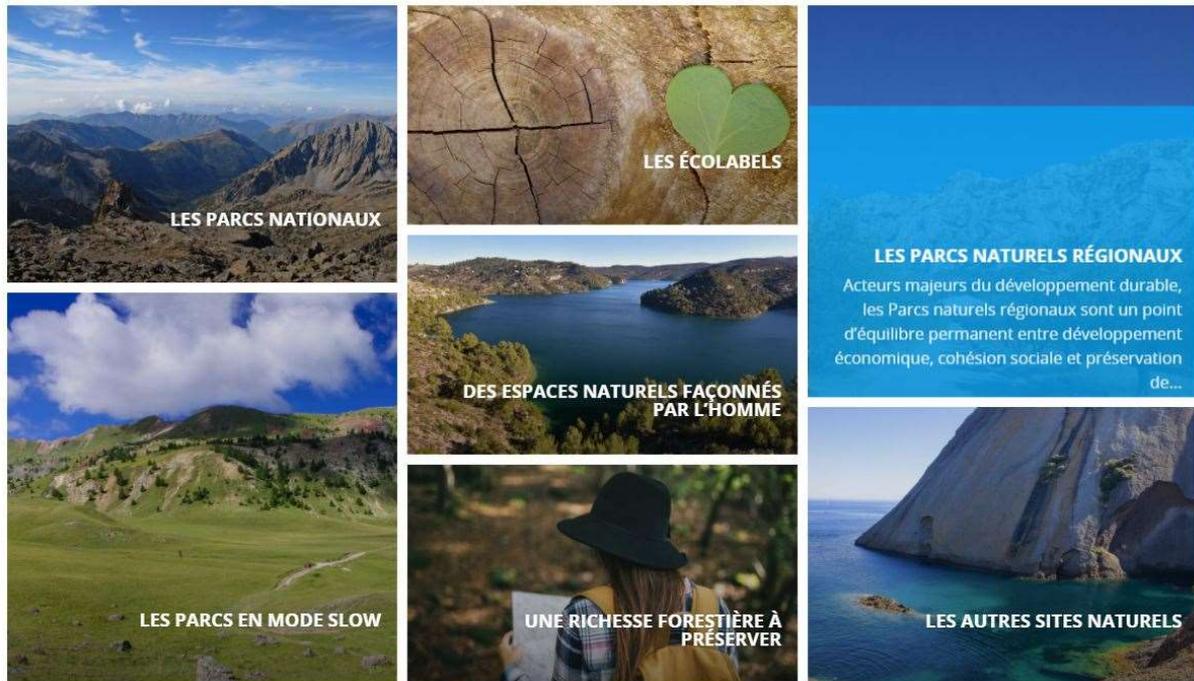
Pour mieux diffuser les flux des visiteurs et encourager le désengorgement des spots naturels les plus emblématiques, le CRT et les espaces naturels protégés de Provence-Alpes-Côte d'Azur ont mené un important travail de fond pour recenser les sites potentiellement exposés à des pics de fréquentation à certaines périodes de l'année, et proposer des alternatives. Ces sites alternatifs sont aussi faciles d'accès et aussi beaux. Ils sont simplement moins connus. Ce travail est disponible dans un document très complet [à consulter ici](#).

Par exemple, Dans le Parc naturel régional du Verdon, certains sites connaissent des pics de fréquentation importants pendant la saison estivale et lors de nombreux week-ends sur les ailes de saison. C'est le cas des Gorges du Verdon ou des rives des espaces lacustres (Castillon, Sainte-Croix,



Esparon). L'objectif, sur ce territoire, est de montrer qu'il existe d'autres sites à découvrir, notamment en randonnée. Les sommets du Verdon (Montdenier, Sommets du Teillon, Artuby, Crêtes de Serre, Massif du Chiran – Chanier, ...) ou les villages abandonnés, comme Châteauneuf-lès-Moustiers, offrent une expérience unique, voire insolite, aux visiteurs. Le site [chemindesparcs.fr](http://chemindesparcs.fr) propose d'ailleurs de nombreuses idées de sorties dans l'ensemble des parcs naturels régionaux, dont le Verdon. Pour ceux qui préfèrent découvrir ces espaces à vélo, le [site web du « Verdon à vélo »](#) référence de nombreux itinéraires à découvrir en mode « slow ».

### 1.3 Des contenus « écotourisme » encourageant des expériences variées et mieux réparties sur tout le territoire



Né en 1991, le terme d'écotourisme désigne, selon la Société Internationale de l'Écotourisme, « *un voyage responsable dans des environnements naturels où les ressources et le bien-être des populations sont préservés* ».

Depuis 2019, le CRT, les Parcs nationaux, les Parcs naturels régionaux, l'Agence Régionale pour l'Environnement et la Biodiversité (ARBE), les agences de développement touristiques départementales et la Fédération Régionale des Offices de Tourisme, sous l'égide de la Région Sud, ont unis leur force au service d'un contrat de filière écotourisme régional.

Ce travail commun a notamment débouché sur la mise en ligne, en 2020, d'une trentaine d'articles sur le site [ecotourisme.provence-alpes-cotedazur.com](https://ecotourisme.provence-alpes-cotedazur.com) destinés à aider les visiteurs à préparer leurs sorties ou séjours responsables dans les espaces naturels protégés. Ce travail se poursuit en 2021 : une quinzaine de nouveaux contenus sont en cours de production. Ces pages web valorisent la diversité de nos paysages, leur biodiversité exceptionnelle, les savoir-faire et patrimoines culturels de nos espaces naturels et les nombreuses expériences écotouristiques que l'on peut y vivre.

En voici quelques exemples :

[Observer les oiseaux](#), [Découvrir les plantes sauvages et comestibles](#), [Tester des activités eco-responsables](#), [Séjourner dans un hébergement eco-labelisé](#)

Ces contenus mettent en avant en priorité les [prestataires écolabellisés](#) (à travers notamment les marques Esprit Parc National et Valeurs Parc naturel régional) situés au sein des espaces naturels protégés.

Le CRT met aussi en avant sur son site des idées de circuits pour inspirer et guider les visiteurs dans la découverte des espaces naturels de notre région, entre terre, ciel et mer. En voici des exemples : [Camargue, la mythique](#), [Vagabondage d'exception dans le Queyras](#).



La valorisation de ces nouveaux parcours dans les espaces protégés de notre région participe à une meilleure répartition des flux touristiques.

Enfin, ce travail a donné lieu à la production d'un film « vitrine » destiné à promouvoir la filière, et qui symbolise ce qu'est l'écotourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Découvrez-le [ici](#).

## **2 - DES GESTES SIMPLES MAIS QUI CHANGENT TOUT : UNE CAMPAGNE GRAND PUBLIC POUR SENSIBILISER LES VISITEURS**

Le CRT et ses partenaires (la Région Sud, les Parcs naturels régionaux et les Parcs nationaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'Agence Régionale pour la Biodiversité et l'environnement) ont lancé une campagne de sensibilisation à l'attention des habitants de la région et des touristes de proximité. Celle-ci s'inscrit dans le cadre de la campagne de communication touristique globale destinée à relancer le secteur touristique #OnATousBesoinduSud.

### **2.1. Quatre messages, un objectif clair : protéger notre écrin**

Objectif : mieux sensibiliser les visiteurs aux bons gestes à adopter lorsqu'ils visitent ces espaces. Convaincre de façon positive, sans culpabiliser. La première phase de cette campagne a été déclenchée mi-mai. La seconde le sera pendant les vacances d'été.

Pour concevoir cette campagne, un bilan de terrain a été dressé en amont par l'Agence Régionale pour la Biodiversité et l'Environnement. Ce travail a permis de dégager 4 messages clés assortis d'un conseil pratique. Chacun sera porté par un visuel dédié.





### 2.2. Une diffusion auprès des visiteurs, qu'ils soient résidents ou touristes

Pour diffuser ces messages, plusieurs leviers de communication seront activés par le CRT et la Région pour s'assurer qu'habitants et visiteurs soient sensibilisés à la nécessité de protéger notre écrin naturel :

- Les médias locaux via des insertions, de l'affichage (dans les TER, les arrêts de bus des lignes LER, ...) et des bannières digitales
- Les réseaux sociaux Facebook et Instagram : cette campagne ciblera une clientèle française basée en Provence-Alpes-Côte d'Azur, en Auvergne-Rhône-Alpes et en Occitanie et engagée sur la thématique des espaces naturels
- Des campagnes géolocalisées pour sensibiliser les automobilistes qui pénètrent sur le territoire d'un parc naturel sur les bons gestes à adopter
- Un partenariat avec des influenceurs pour illustrer de manière concrète les gestes à adopter pour un comportement responsable
- Une sensibilisation des médias régionaux et nationaux et la presse voyages sur des parcours touristiques « alternatifs » aux spots naturels les plus fréquentés.

Pour cette campagne de communication, une page web dédiée a été créée afin d'illustrer, par des actions concrètes, les messages clés. Plus d'infos sur [onatousbesoindusud.fr/nature/](https://onatousbesoindusud.fr/nature/)

## 3 – DES ACTIONS PLUS MACROS, POUR AGIR AUSSI SUR LE LONG TERME

### 3.1 - La désaisonnalisation, au cœur de la stratégie du CRT

Depuis plusieurs années, le CRT a fait de l'étalement de la fréquentation sur les ailes de saison un objectif majeur de sa stratégie. Concrètement, il s'agit d'inciter les touristes à visiter la région au printemps et à l'automne, pour lisser la fréquentation sur l'ensemble de l'année et ainsi éviter que trop de visiteurs se retrouvent au même endroit au même moment.

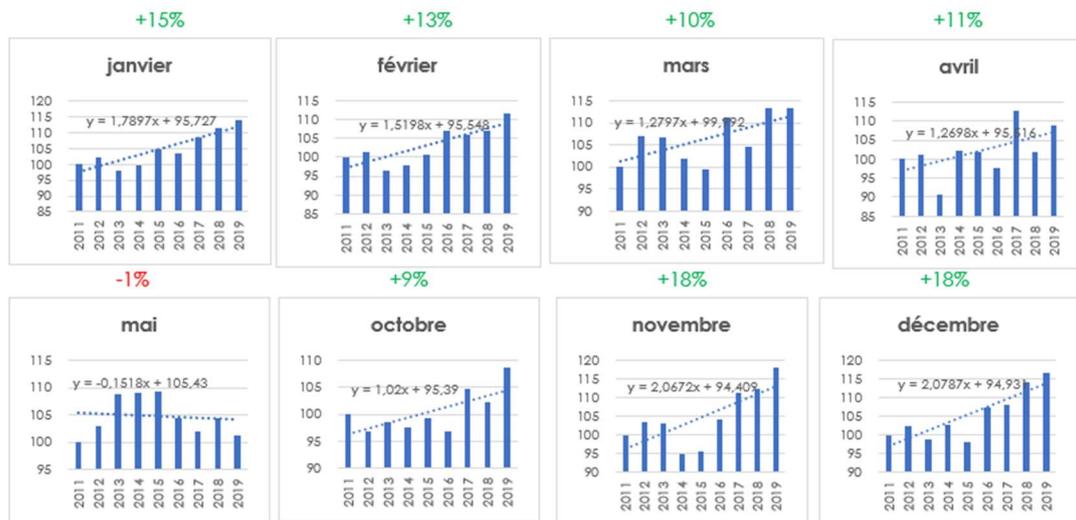
Pour y parvenir, le CRT a fait le choix de développer, avec l'appui de la Région et de partenaires territoriaux, des filières prioritaires qui se prêtent à une pratique tout au long de l'année (Ecotourisme, vélo, visite d'entreprises, œnotourisme, tourisme golfique, art moderne et

contemporain...). Dans la même logique, le CRT cible, via ses actions de promotion, les clientèles internationales qui séjournent davantage dans notre région hors haute saison (juillet et août) et contribuent plus aux emplois du tourisme. Cette stratégie a porté ses fruits : entre 2014 et 2019, les recettes issues du tourisme ont progressé de près de 2 milliards d'euros, la fréquentation est restée stable (voire en légère baisse) en très haute saison, alors qu'elle a progressé sur les autres saisons.

**Tendances d'évolution des nuitées mensuelles hôtelières**

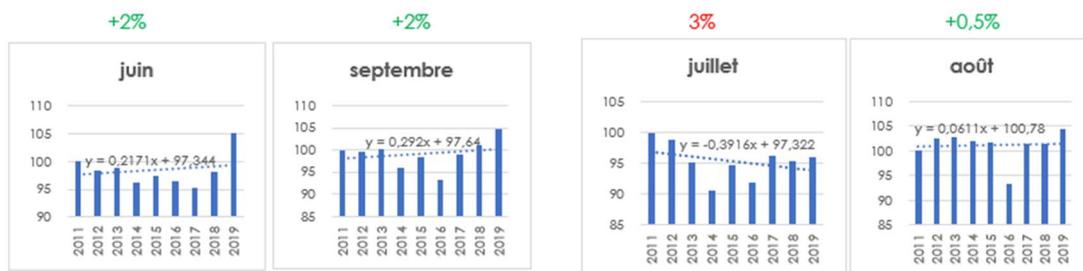
2011 – 2019 *source Insee*

Hors saison d'été : forte progression de **+10%** en moyenne



Ailes de saison : **+2%** en moyenne

Cœur de saison : en légère baisse **-1%**



**3.2. Agir sur le transport, une nécessité**

En étudiant en détail les principales sources d'émissions de gaz à effet de serre générées par le tourisme, on s'aperçoit que 49% de son empreinte carbone est due au transport. Il convient donc d'agir sur cet axe.



Une première réponse a été apportée par le CRT : à l'image du travail réalisé sur l'écotourisme, un contrat de filière régional, piloté par la Région Sud et Vaucluse Provence Attractivité, a vu le jour en 2018 sur la filière vélo. Ce travail a débouché sur la production de pages web qui valorisent le tourisme à vélo sous toutes ses formes : VTT, cycloportif, vélo en famille, itinérance... La région propose très large palette d'offres sur ce thème, à

retrouver sur <http://velo.provence-alpes-cotedazur.com/>

Un autre travail a aussi débuté entre le CRT et la Région Sud pour mieux valoriser les transports doux, comme les trains qui peuvent être utilisés à des fins touristiques : Train de la Côte Bleue, Train des Merveilles, Train des pignes...

### **3.3. Des moyens pour accompagner les pros**

Au cours de l'année 2020, un fonds tourisme durable a été mis en place pour la transition écologique de l'industrie touristique dans le cadre du plan France Relance en partenariat et co-financement avec l'ADEME, le réseau des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) et celui des Parcs naturels Régionaux (PNR). Ce fonds a pour objectif de soutenir, via des aides financières, les restaurants et hébergements touristiques dans leur démarche vers le tourisme durable en priorité dans les territoires ruraux et communes à faible densité (moins de 20.000 habitants). Ce soutien se matérialise par :

- un accompagnement par les partenaires de l'ADEME à l'élaboration d'un plan d'actions via un diagnostic gratuit ;
- un financement d'une partie des coûts d'investissements liés à la transition écologique via des subventions.

Ce fonds permettra, à terme, de faire émerger une nouvelle offre de prestataires touristiques engagés pour un tourisme responsable.

Plus d'infos sur le fonds tourisme durable sur : <https://www.fondstourismedurable.fr/>

### **3.4. Le tourisme responsable, c'est l'affaire de tous**

En dehors des espaces naturels protégés, les acteurs touristiques locaux de la région multiplient, ces dernières années, les initiatives écoresponsables. C'est par exemple le cas dans les Alpes du Sud (qui ne connaissent aucun pic de pollution à l'année). La station des Orres, pionnière de la transition énergétique, a déployé, depuis 2012, un système de management de l'énergie. Serre-Chevalier ambitionne de produire 30% de la consommation électrique totale de son domaine skiable d'ici la fin de l'année. Grâce à la diminution de la pollution lumineuse et des émissions de gaz à effet de Serre, Valberg a obtenu le label « Flocon Vert », décerné par un comité où siège l'ADEME.

Agir pour un tourisme durable en Provence-Alpes-Côte d'Azur se situe donc au cœur des préoccupations du CRT et de ses partenaires. A l'heure où la préservation de l'environnement n'est plus une option, nous sommes déterminés à tout mettre en œuvre pour continuer à concilier tourisme et préservation de notre écrin.

### **Bienvenue en Provence-Alpes-Côte d'Azur !**



Les parcs naturels et le CRT réunis ce jour dans le parc naturel régional des Alpilles

#### **CONTACT PRESSE CRT :**

Audrey SALOR, 07.86.5942.84, [a.salor@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:a.salor@provence-alpes-cotedazur.com)

#### ***A PROPOS DU COMITE REGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR***

*Le Comité Régional de Tourisme assure une démarche de promotion et de communication à destination des clients internationaux et français afin de soutenir l'économie touristique (emplois et recettes) de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en lien avec ses professionnels du tourisme. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir des destinations compétitives et créer du lien avec nos clients, sont les 3 objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, des organisateurs de voyages que des médias. La stratégie développée autour des 3 marques Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque et la mutualisation de moyens, elle monte résolument en puissance.*