

PROJET « GRANDS LACS ALPINS »

SYNTHESE DES ECHANGES DE L'ATELIER N°1

Intitulé de l'atelier	Itinérance douce : une pratique de tourisme durable à développer ?
Organisateur référent	Lionel TERRAIL, TILT Com'seil
Résumé	<p>L'itinérance est vectrice d'ancrage, d'une expérience de vie et de rencontres dans un territoire, caractérisée par l'apaisement (lent), au moyen de découvertes et peu émettrice de CO₂. Elle est pratiquée par tout type de personnes, en particulier par des personnes au niveau de vie confortable en attente de valeurs (la découverte des lieux, des gens..).</p> <p>L'offre est à améliorer avec une meilleure organisation de la mobilité (accès) et de la commercialisation. La vitesse réduite facilite le rapport entre randonneurs et habitants, vecteur de cohésion sociale.</p>
Quels sont les principaux points à retenir de l'atelier ?	<p>L'itinérance rassemble : les habitants et les communes sans distinction (les petites communes sont autant concernées que les grandes), en amont, autour du tracé. À l'aval, comme médiateurs, en les associant aux étapes fortes de la création d'un itinéraire (comme une inauguration festive, comprenant le parcours de certains tronçons). Elle est l'occasion non seulement de renforcer / renouer les liens entre habitants de territoires éloignés, mais aussi de rapprocher structures institutionnelles et associatives.</p> <p>Un produit touristique en soi : importance de la continuité des services (qualification de l'itinérance) dépendant d'une animation permanente des réseaux de prestataires et services :</p> <ul style="list-style-type: none"> - hébergements (et concurrence avec les autres formes de tourisme) ; - itinéraires (conventionnés) ; - accès au territoire / mobilité infraterritoriale (via d'autres modes que le véhicule personnel) ; - commercialisation (à faciliter via des OT locaux ? système de réservation à laisser à l'appréciation de chacun des prestataires ?). <p>Porteuse de valeurs recherchées « slowlife » : l'itinérance comme un moyen lent de découverte des paysages et vecteur de lien social (et non une fin en soi), en pleine expansion avec une nécessité de communiquer et rassurer sur l'accessibilité au plus grand nombre de la montagne d'une manière générale (contre l'idée que la montagne = alpinisme : difficulté, verticalité, engagement fort, équipements spécifiques, etc.) pour encourager les publics jeunes à se lancer.</p>

Projet financé avec le concours de l'Union européenne et de l'Etat
L'Europe s'engage sur le Massif Alpin avec le Fonds Européen de Développement Régional

Quels exemples/quelles ressources peuvent servir de référence ?

Le produit touristique naît de l'implication humaine **sur la durée**.

La **coopération** entre structures est également un facteur clé pour la valorisation / dynamisation d'un territoire à travers les produits d'itinérance : structures animatrices de réseaux spécialisés (activités) ou généralistes (hébergements), collectivités, Parcs Naturels Régionaux, associations, ...

Quelques exemples de produits élaborés avec ces prescriptions :

- Tour du lac de Ste-Croix du Verdon en 3 jours en VAE : idée séjour + brochure, produit élaboré à partir des prestations marquées Parc et des hébergements marqués « Accueil Vélo », animé par l'association Vélo Loisir Provence
- GR de Pays dans le Verdon (« Tour de ... ») portés par le PNR du Verdon, à partir de l'ossature des GR 4 et 99, avec modalités particulières d'implication des populations locales, véritables médiateurs en zone rurale

Projet financé avec le concours de l'Union européenne et de l'Etat
L'Europe s'engage sur le Massif Alpin avec le Fonds Européen de Développement Régional



EN PARTENARIAT AVEC LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES