



## FORUM PNR Loire Anjou Touraine

30 novembre 2016

*Foyer Yves Duteil à Fontevraud*

### Compte-rendu de l'atelier : la marque, une opportunité pour rendre mes prestations plus attractives

**Animateur** : Christine Le Gargasson - MaHoC

**Remarque** : Une grande diversité d'acteurs représentée :

- ✓ Hébergeurs
- ✓ Restaurateurs
- ✓ Accompagnateurs de sorties pédagogiques, animateurs de la filière pêche
- ✓ Élus communaux
- ✓ Agents d'Offices de Tourisme du territoire (Azay le Rideau) et voisins (Tours Val de Loire)
- ✓ Agents du Parc...



PARC NATUREL RÉGIONAL  
LOIRE ANJOU TOURAIN

## ÉCHANGES

### Les motivations

Tous les acteurs présents ont manifesté leur intérêt pour la thématique, et leur volonté d'offrir des prestations ancrées dans l'esprit du PNRLAT.

Toutefois, les premiers échanges ont fait ressortir deux attitudes distinctes :

- La majorité des participants a considéré qu'il existait une vraie marge de progrès pour faire évoluer les prestations touristiques grâce à la marque, tant au niveau individuel qu'au niveau collectif (prestations proposées en coordination avec plusieurs acteurs).
- Quelques acteurs (minoritaires) ont indiqué que leur prestation était déjà « exemplaire » dans son ancrage Parc et qu'ils ne voyaient pas comment la faire évoluer davantage grâce à la marque. Une personne n'a pas souhaité proposer d'idées nouvelles considérant qu'elle faisait déjà tout.

Les échanges qui ont suivi ont fait ressortir que ces prestataires plus sceptiques se raccrochaient volontiers à des initiatives partagées/en réseau (ex : un menu PNRLAT).

### Les actions

Plusieurs actions ont été proposées par chacun des participants :

#### DES ACTIONS COLLECTIVES

- Imaginer une assiette PNR + vin local chez les prestataires marqués, avec un relais avec des traiteurs bio locaux (< 2kms).
- Proposer une assiette type du PNRLAT dans les lieux de restauration marqués.
- Offrir une fois par semaine ou par mois une table d'hôte avec seulement des produits du Parc : vin, fromage, poires tapées, légumes, fruits...
- Proposer au niveau de la restauration les produits locaux de la terre et du patrimoine ligérien issus de la pêche.
- Échanger des recettes entre acteurs locaux.
- Proposer une liste de producteurs « coup de cœur » (au niveau des viticulteurs).
- Monter un produit festif dans des sites touristiques mettant en avant le savoir-faire local, les métiers, les artisans, les agriculteurs (ex. marchés nocturnes en réseau et itinérants).
- S'appuyer sur des acteurs/prestataires bénéficiant de la marque pour construire des prestations touristiques nouvelles.
- Mettre en relation les acteurs touristiques marqués entre eux pour offrir des prestations combinées.
- Promouvoir les commerces artisanaux locaux.

#### DES PRESTATIONS ENRICHIES

- Réserver un accueil personnalisé comprenant un apéritif et des produits locaux.
- Réserver un accueil personnalisé en étant à l'écoute des personnes hébergées : conseils sur les visites, les restaurants, les sites...
- Proposer des visites thématiques de découverte des bords de Loire, de la faune et de la flore qui grâce à la Marque auront des « + » en termes de qualité, de promotion, de médiation.

- Offrir des idées pour une « journée Parc » non guidée avec un circuit de découverte (à pied, en vélo, en voiture), des prestations labellisées marque « Valeurs Parc naturel régional » (vin, châteaux, produits...).
- Proposer des prestations pêche spécifiques aux espèces rencontrées dans le PNR et une information sur les moyens mis en œuvre pour les préserver.
- Créer et commercialiser des produits packagés « tourisme en nature » via l'OT en s'appuyant sur des prestations marquées.
- Proposer de mieux connaître l'histoire rurale locale.
- Mettre à disposition des vélos et développer le label Accueil Vélo.
- Mettre des chevaux à disposition des visiteurs pour faire des circuits de châteaux.
- Développer un hébergement pêche : un hébergeur pouvant renseigner sur les possibilités halieutiques du secteur géographique et/ou orienter vers les prestataires.
- Mettre en place un partenariat avec 2 ou 3 sites touristiques proches du gîte pour faciliter ou personnaliser les visites.
- Offrir un petit-déjeuner livré sur l'emplacement de camping (produits locaux) ; mettre une bouteille d'eau dans chaque réfrigérateur ; offrir ½ bouteille de vin à bulles avec 25 coupes portant le logo, par ex. cuvée Isle Verte...
- Proposer des produits packagés hors des sentiers battus (découverte vignoble et troglo).
- Proposer des cours de cuisine à base de produits locaux sur le lieu d'hébergement (camping).
- Mettre en valeur dans la boutique (OT) les produits artisanaux labellisés.

### **DES INITIATIVES ÉCO-RESPONSABLES AUTOUR DE LA PRESTATION**

- Développer dans les hébergements des actions écoresponsables : récupération de déchets (compost, présence de poules...), récupération de l'eau de pluie pour arrosage, électricité solaire...)
- Proposer des sorties découverte sur le territoire : l'environnement sur son lieu de vacances, identification de la faune et de la flore présentes...
- Développer des initiatives axées sur un tourisme vert basé sur l'apprentissage : jardin potager pédagogique, permaculture...
- Proposer une randonnée nature entre Loire et Authion (découverte des spécificités du territoire).
- Proposer une journée « expérience Loire », entre Loire et nature avec les partenaires locaux.
- Proposer une activité encadrée de découverte de la faune et de la flore locales avec un naturaliste du PNR ou bien un arrêt à la maison du Parc ou bien un partenariat avec un expert (ex. pêcheur, jardinier, forestier...).

### **DES INITIATIVES D'INFORMATION-SENSIBILISATION**

- Informer le client sur les limites/fragilités du territoire et le faire participer à des actions de tri des ordures ménagères, d'économie de l'eau...
- Mettre en valeur les 3 axes de la démarche de marquage à l'entrée du site et inciter le visiteur à s'y inscrire pour rendre le site plus éthique aux yeux du visiteur.
- Mettre en avant un entretien du jardin sans pesticides ; présenter la faune et la flore qui s'y trouvent.

- Faire en sorte que les OT informent bien les hébergements touristiques sur la marque, ses valeurs, ses atouts.
- Mettre davantage en avant les autres prestations de loisirs marquées respectueuses de l'environnement.
- Mettre en place une micro-ferme pédagogique sur le lieu de séjour pour sensibiliser au respect des animaux, aux races à préserver ; monter un potager associatif : permaculture et vieux légumes locaux.

La plupart de ces actions visent à faire évoluer la prestation individuelle pour mieux incarner la marque « Valeurs Parc naturel » et apporter des signes visibles au client tout en se distinguant des concurrents.

Un grand nombre d'actions rejoint la notion de réseau : l'obtention de la marque permet de rencontrer d'autres prestataires marqués et de s'inscrire dans des actions collectives (menu PNRLAT) ou de nouer des partenariats privilégiés avec d'autres prestataires marqués (produits packagés).

Les participants ont été ensuite amenés à hiérarchiser ces actions et à approfondir quelques chantiers considérés collectivement comme prioritaires.

*Actions approfondies par les groupes*

Contenu	Objectifs	Engagements
<b>Éco-gestes auprès des visiteurs</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation d'une fiche d'accueil sur la marque à partir de la démarche globale sous la forme d'éco gestes</li> <li>- Mise à disposition d'une banque de messages et de pictogrammes téléchargeables par les prestataires marqués</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibiliser les acteurs et les touristes aux éco-gestes</li> <li>- Permettre à tous les prestataires marqués d'accéder à des outils de sensibilisation simples et ludiques</li> <li>- Harmoniser les messages et les visuels mis en avant par les prestataires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création dès 2017 d'un extranet sur le site du PNRLAT qui pourrait être enrichi par tous les acteurs</li> <li>- Affichage des messages dans tous les lieux d'accueil du visiteur en personnalisant les messages (chambre cuisine, WC, salle de bains, jardin, réception...)</li> </ul>
<b>Opération « Assiette du Parc »</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création d'une assiette à base de produits locaux à l'échelle du réseau des prestataires marqués : tables d'hôtes, restaurants, hébergeurs</li> <li>- Variation de l'assiette en fonction des saisons</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire la promotion des produits du terroir</li> <li>- Garantir la disponibilité des produits locaux quelle que soit la gamme de prix (&lt;20 € jusqu'aux restaurants gastronomiques)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Récupération de produits et de recettes locales</li> <li>- Travail avec des producteurs locaux et de préférence Bio</li> </ul>
<b>Promotion de la dimension historique du PNRLAT</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en réseau des acteurs labellisés désireux de mettre en avant la dimension historique du territoire</li> <li>- Transmission d'information/ actualités (ouvertures et visites exceptionnelles ou ponctuelles)</li> <li>- Mise en avant des caractéristiques historiques de chacun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mieux informer les visiteurs, les orienter pour qu'ils complètent leur circuit en toute confiance, puisqu'ils consomment une prestation labellisée</li> <li>- Informer sur les lieux et évènements historiques ponctuels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chaque prestataire apporte de l'information par le biais de son site Internet</li> <li>- Une carte et un livret peuvent être fournis au visiteur</li> </ul>
<b>Parcours touristique « de l'assiette au producteur » ou l'inverse</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Élaboration d'un guide « parcours découverte de la gastronomie » basé sur les produits locaux utilisés en restauration ou artisans (« métiers de bouche »)</li> <li>- Ce guide permet d'aller à la rencontre de sites de visite : producteurs, éleveurs, vigneron, poires tapées, pommes tapées, champignons...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoriser les savoir-faire locaux à partir des lieux de restauration : restaurateurs du réseau des prestataires marqués, tables d'hôtes, hébergeurs</li> <li>- Personnaliser la découverte du territoire à partir de ce qui a été consommé « dans l'assiette »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création d'une base de données type annuaire des savoir-faire dès 2017 : portrait du producteur, particularités du produit...</li> <li>- Élaboration d'un guide papier type « Carnet de voyages » : carte du parcours, infos pratiques (adresse, horaire ouverture, local vélo...), carnet de</li> </ul>

		notes pour inscrire des recettes
<b>Création d'un réseau d'hébergements « Découverte de la pêche »</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amener des hébergeurs à connaître la pêche et la faire découvrir par leurs clients</li> <li>- Mise à disposition de cannes à pêche, petit matériel, guide des poissons locaux, cartes de pêche, guide de la flore locale, recettes de cuisine...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Combler un manque sur le territoire</li> <li>- Ouvrir ce loisir méconnu et peu valorisé par des lieux d'accueil spécifiques sur le territoire permettant la découverte en famille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise à disposition par le PNR des lieux de pêche accessibles au public</li> <li>- Mise en relation des hébergeurs volontaires avec la fédération de pêche et les pêcheurs locaux</li> </ul>