ATELIER 1 : COMMENT FAIRE ÉVOLUER LE COMPORTEMENT DES VISITEURS ET LES SENSIBILISER ?

Animateur : Alexandre NOEL, directeur du Parc naturel régional de la Sainte-Baume

FORUM DE L'ÉCOTOURISME EN RÉGION SUD

Réfléchir au tourisme de demain
& contribuer à la transition

Rencontres, échanges & ateliers

30 NOV. 2021

LA FRUITIÈRE NUMÉRIQUE, LOURMARIN

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR — COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
PROVENCE | alpes | CÔTE D'AZUR FRANCE

PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur

ALPES DE HAUTE PROVENCE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT

Les Parcs nationaux de France

RRen RÉSEAU RÉGIONAL DES ESPACES NATURELS PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

TEMOIGNAGE #1

Julien AURAY
Chef de service Communication & Ingénierie
CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur

Forum Régional de l'Ecotourisme

Campagne de sensibilisation des visiteurs des espaces naturels protégés de Provence-Alpes-Côte d'Azur

30/11/2021

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED | alpes DU SUD | CÔTE d'AZUR FRANCE

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR | COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

LE DISPOSITIF DE COMMUNICATION

DES CONSTATS A L'ACTION

Analyse des remontées de terrain des espaces naturels protégés

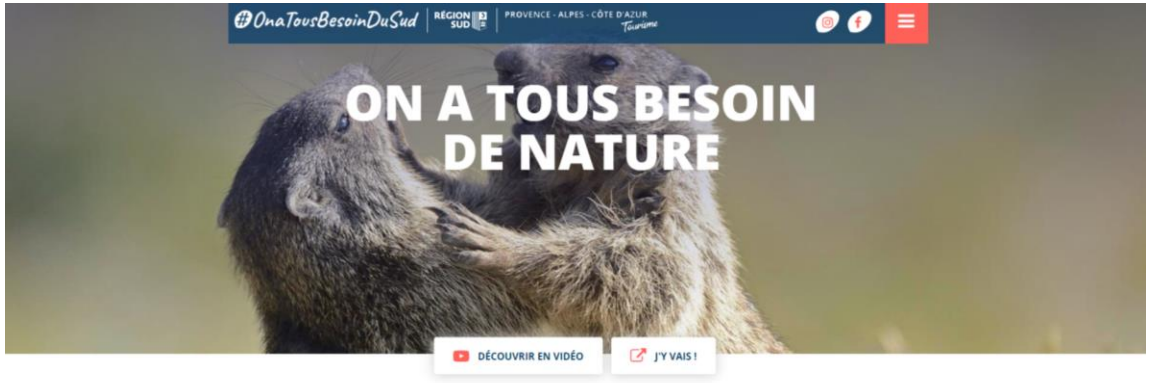
Mise en place d'un groupe de travail opérationnel

Détermination de messages en synergie avec la campagne #OnATousBesoinduSud

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

LE DISPOSITIF DE COMMUNICATION

4 MESSAGES CLES POUR MIEUX SENSIBILISER



Un site d'atterrissage :
onatousbesoindusud/nature

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

PLAN MÉDIA

LES CIBLES

2 cœurs de cible :

- Les habitants de la région ;
- Visiteurs français en séjour sur notre territoire

2 temps de communication :

- Dès le déconfinement, en amont de la saison ;
- Pendant les vacances d'été, là où les problèmes d'incivisme sont les plus forts

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

PLAN MÉDIA

LES LEVIERS ACTIVÉS PAR LE CRT ET LA REGION

Du 11 mai au 4 juin sur Nice Matin / Var Matin, La Provence et Made In Marseille

26/05/2021 au Château Barbegal dans les Alpilles

Conférence de presse

Publicité print / digitale (PQR et réseaux sociaux)

Affichage

Du 24/05 au 20/06 dans + de 300 abribus

Du 28/04 au 31/07 près de 600 affiches en TER

Juillet / août avec les 9 PNR, Les Parcs nationaux des Ecrins de Port-Cros et du Mercantour + l'ARBE

Campagnes réseaux sociaux

Campagnes Waze

TV locales

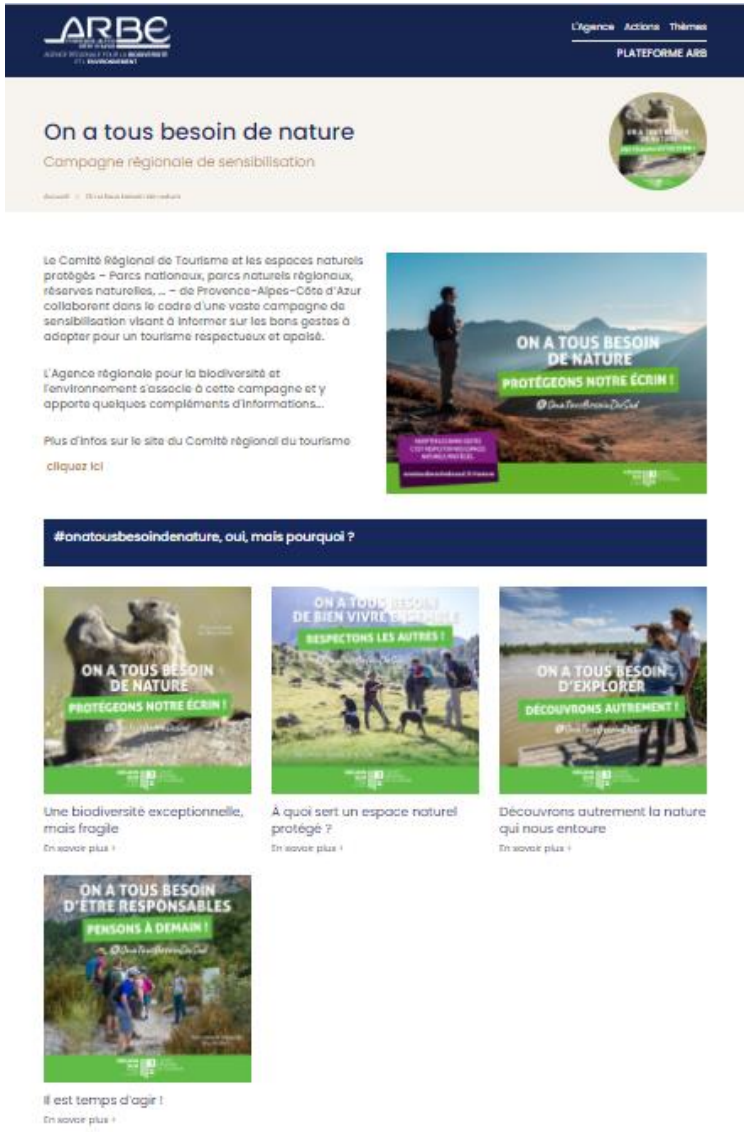
Près de 220 spots TV diffusés, 500K pré-rolls sur BFMTV.com et 3 reportages dans les PNR

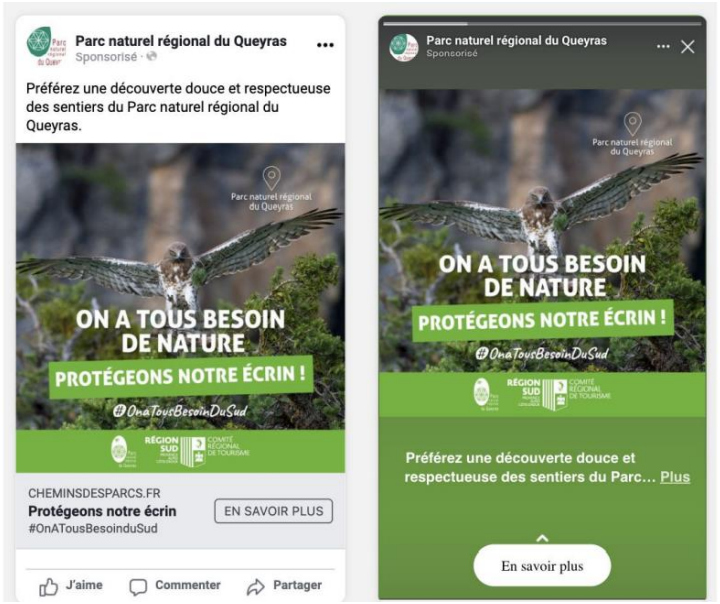
W-end de juillet / août avec 6 PNR

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR — COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

PLAN MÉDIA

UNE APPROPRIATION PAR LES ESPACES NATURELS PROTEGES REGIONAUX



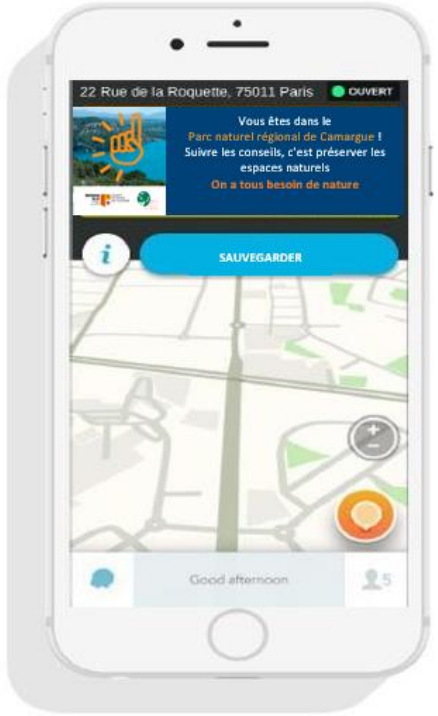


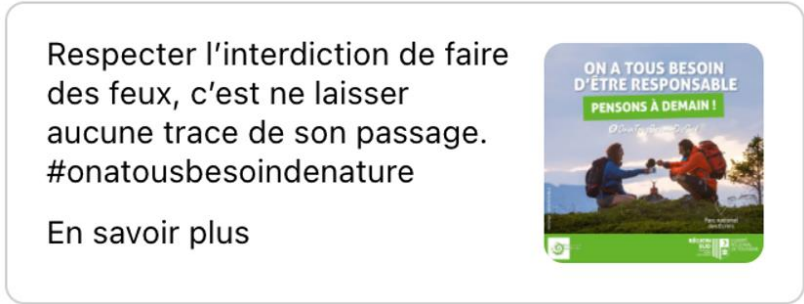
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

UNE CAMPAGNE IMPACTANTE

DES PREMIERS RESULTATS ENCOURAGEANTS

- ✓ Plus de 3 millions de personnes touchées par les campagnes sur les réseaux sociaux par le CRT, le Parc des Ecrins, les PNR et l'ARBE.
- ✓ 400K d'équivalent achat espaces et 99 retombées presse de mi-mai à fin juillet suite à la conférence de presse de lancement de la campagne
- ✓ 550 000 impressions (affichage de la publicité à l'arrêt) suite aux campagnes WAZE
- ✓ 1,7 millions d'impressions sur les médias régionaux digitaux (La Provence, Made in Marseille)





RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

TEMOIGNAGE #2

Arnaud BUREL
Directeur
Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes

LA CHARTE DU VOYAGEUR

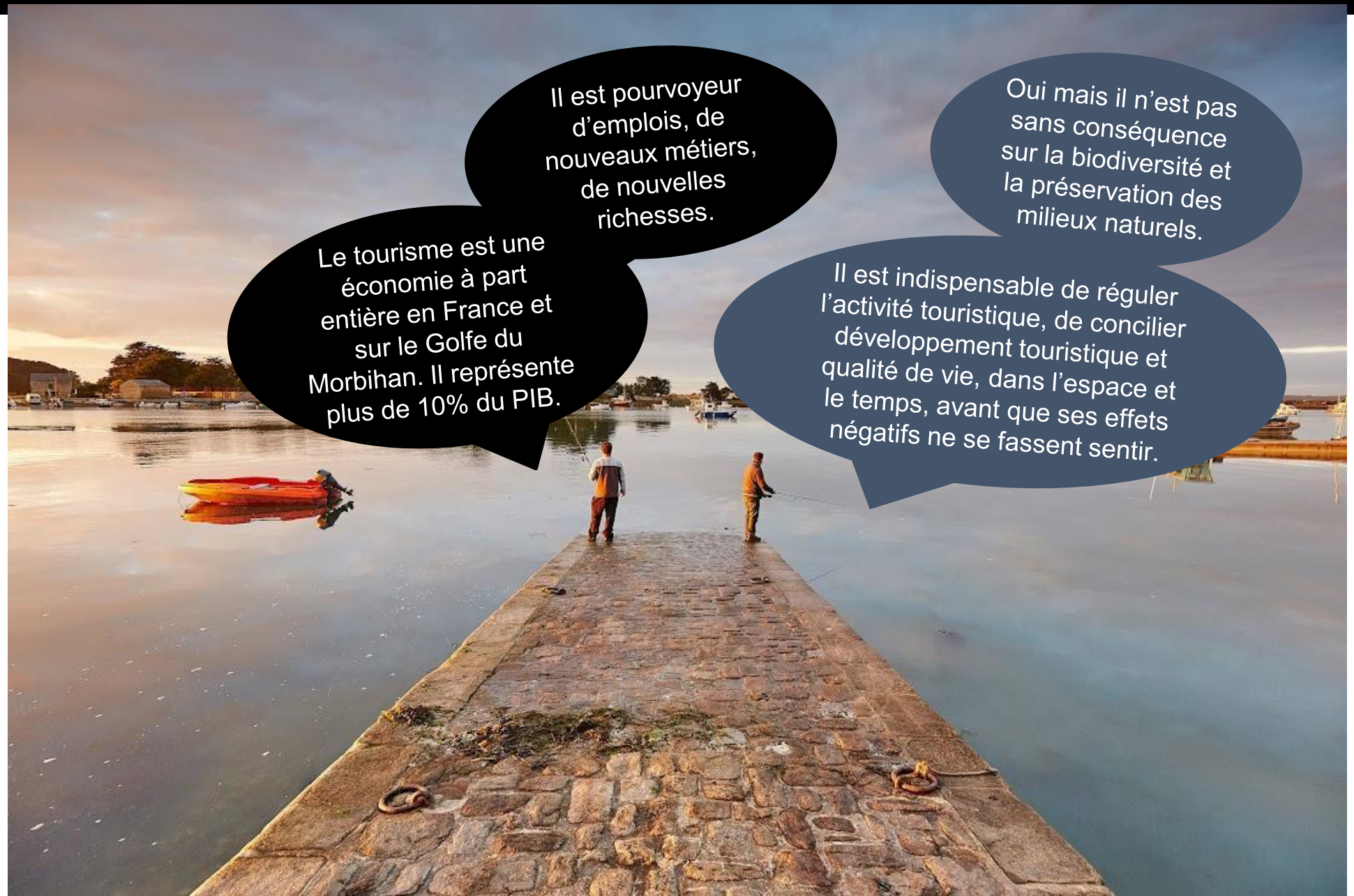
Forum de l'écotourisme en Région Sud
30 novembre 2021

Golfe du Morbihan Vannes TOURISME

OFFICE DE TOURISME
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

GOLFE DU MORBIHAN
VANNES AGGLOMÉRATION

LE CONTEXTE


Il est pourvoyeur d'emplois, de nouveaux métiers, de nouvelles richesses.
Le tourisme est une économie à part entière en France et sur le Golfe du Morbihan. Il représente plus de 10% du PIB.
Oui mais il n'est pas sans conséquence sur la biodiversité et la préservation des milieux naturels.
Il est indispensable de réguler l'activité touristique, de concilier développement touristique et qualité de vie, dans l'espace et le temps, avant que ses effets négatifs ne se fassent sentir.

LE CONTEXTE

« Penser notre tourisme plutôt que le subir ». *Roland TABART, Président de Golfe du Morbihan Vannes Tourisme*

2018

- Lancement du Guide de Marque
- 1ère édition des Hippocampes
- Rédaction du livre blanc « A quoi ça sert le tourisme ? »

2019

- 2ème édition des Hippocampes
- Rédaction du livre blanc « Comment voyager avec l'eau ?»

2020

- Déploiement de la Charte du voyageur
- 3ème édition des Hippocampes

2021…

LES OBJECTIFS

- **Eduquer, anticiper et innover**

- **S'impliquer, valoriser, développer** le territoire en dessinant un **tourisme responsable**, capable de générer **des retombées transversales** à l'économie locale

- **Mieux accueillir** sur notre destination

- **Accompagner** et **responsabiliser** les voyageurs et habitants locaux.

LA DEMARCHE

Pour qui ?

Tous les voyageurs du territoire : Habitants permanents, résidents secondaires et visiteurs.

Pour quoi ?

Une charte pour souhaiter la bienvenue aux voyageurs et les inviter à partager, à (re)découvrir notre destination exceptionnelle de façon responsable, pour mieux y revenir

Comment?

En influençant de manière positive, avec une méthode douce, sans interdiction et dans un esprit décalé

LA METHODOLOGIE

Une écriture collective construite et partagée avec les acteurs du territoire

- ✔ Une quarantaine d'associations sportives, de protection de l'environnement et de défense du littoral
- ✔ ONG
- ✔ Chefs d'entreprises
- ✔ Professionnels du tourisme
- ✔ Habitants
- ✔ Institutionnels, etc…

Un accompagnement par des experts de la communication, de la transition écologique et du développement durable

le homard bleu
COMMUNICATION MADE IN BREIZH

GREEN CROSS France & Territoires

LA METHODOLOGIE

Une identité, une marque, un territoire, une charte

Rédaction de **10 messages forts** à l'attention des voyageurs inspirés des **cinq thématiques** qui font l'ADN de la **Marque « Golfe du Morbihan Vannes… la rencontre avec l'exceptionnel »** : la mer, la nature, la culture, le terroir et les mégalithes.

Golfe du Morbihan Vannes TOURISME

VOYAGEONS ENSEMBLE

UNE COMMUNICATION PARTAGEE

❖ PAR L'OFFICE DE TOURISME

La Charte du Voyageur : Un axe central de la stratégie de communication

> VERSION PRINT
Présente sur l'ensemble de la collection d'éditions depuis 2020.

> VERSION WEB
GOLFEDUMORBIHAN.BZH

> SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

UNE COMMUNICATION PARTAGEE

❖ PAR LES PARTENAIRES

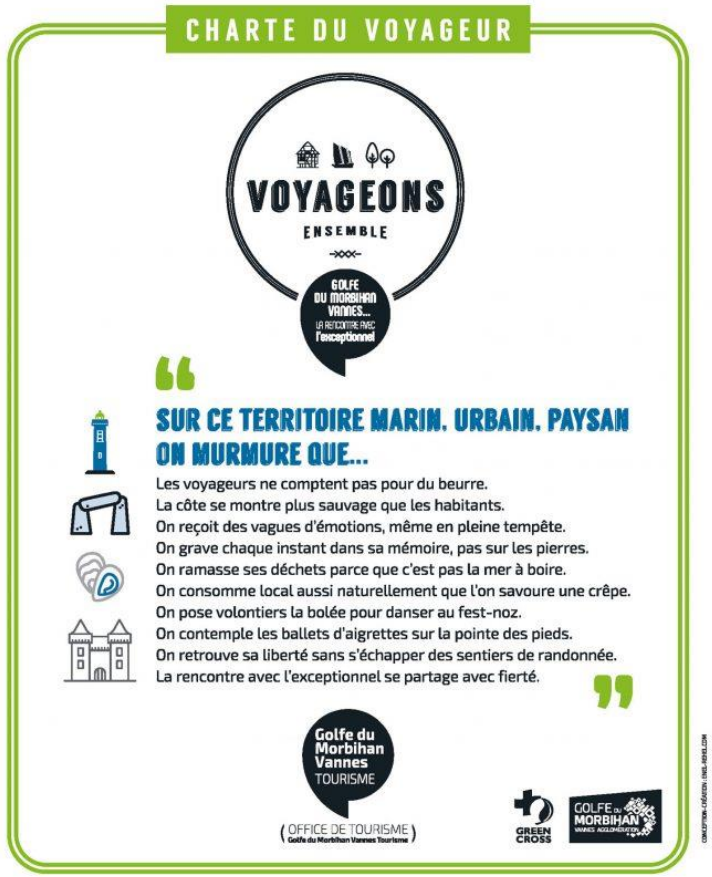
> Intégration sur leurs sites web et/ou partage médias sociaux

> Un kit « Charte du voyageur » offert aux professionnels : Présentoir format A4 en bois de bourriche sur chevalet,
carte postale et flyer de présentation

1ère Charte du Voyageur de France éditée par un Office de Tourisme
Aujourd'hui, plus de **200 partenaires ambassadeurs** de la Charte sur le territoire.
Demain, un **déploiement à l'échelle régionale** en partenariat avec la **Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne.**

Golfe du Morbihan Vannes TOURISME

CHARTE DU VOYAGEUR



L'OFFICE DE TOURISME ET TOUTE LA DESTINATION GOLFE DU MORBIHAN VANNES VOUS SOUHAITENT LA BIENVENUE. DEGEMER MAT !

Merci de votre attention.

Golfe du Morbihan Vannes TOURISME

OFFICE DE TOURISME
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

GOLFE DU MORBIHAN
VANNES AGGLOMÉRATION

TEMOIGNAGE #3

Cynthia FAURE
Chargée de mission tourisme
Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

LA COMMUNICATION ENGAGEANTE

Parc naturel régional des Préalpes d'Azur

Définition

C'est un champ de recherche qui fait le lien entre la persuasion (sensibilisation) et l'engagement. Elle a pour but de ***faciliter le passage des idées aux actes****, et de susciter un changement non seulement d'opinions, mais aussi de* ***comportement****. Cette méthode s'appuie sur la théorie de l'****engagement****.*

Objectifs

- Enrichir **l'approche de sensibilisation** du PNR, des animateurs de sites naturels, des professionnels de sports de nature.

- **Agir sur les médias promouvant les Préalpes d'Azur** pour une pratique de loisirs plus responsable ;

- **Former** les acteurs de la sensibilisation pour la diffusion des bonnes pratiques du dispositif ; évaluer le dispositif et son impact.

La communication engageante

Le défi de la communication engageante est d'élaborer **des actions et messages positifs dans un contexte très négatif de conflits variés.**

Enjeux :

- **Agir positivement sur les comportements** des usagers de milieux naturels
- **Parler de tous, à tous et impliquer** chaque participant comme un partenaire.

Deux axes majeurs proposés pour guider le dispositif :

- **Le partage de l'espace** qui est lié à la majorité des conflits d'usages.
- **La préservation de l'environnement** liées aux dégradations et atteintes à la biodiversité, aux habitats, au patrimoine

La communication engageante

PRÉFET DES ALPES-MARITIMES
Liberté
Égalité
Fraternité

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Nice, le 09 juillet 2020

Préalpes d'Azur : tous usagers, tous responsables

Les Préalpes d'Azur constituent un territoire habité et ouvert. Cette ouverture à tous est possible tant que l'intégrité des lieux est respectée ainsi que les gens qui y vivent ou travaillent. Tout un chacun l'affectionne pour ses paysages et sa nature.

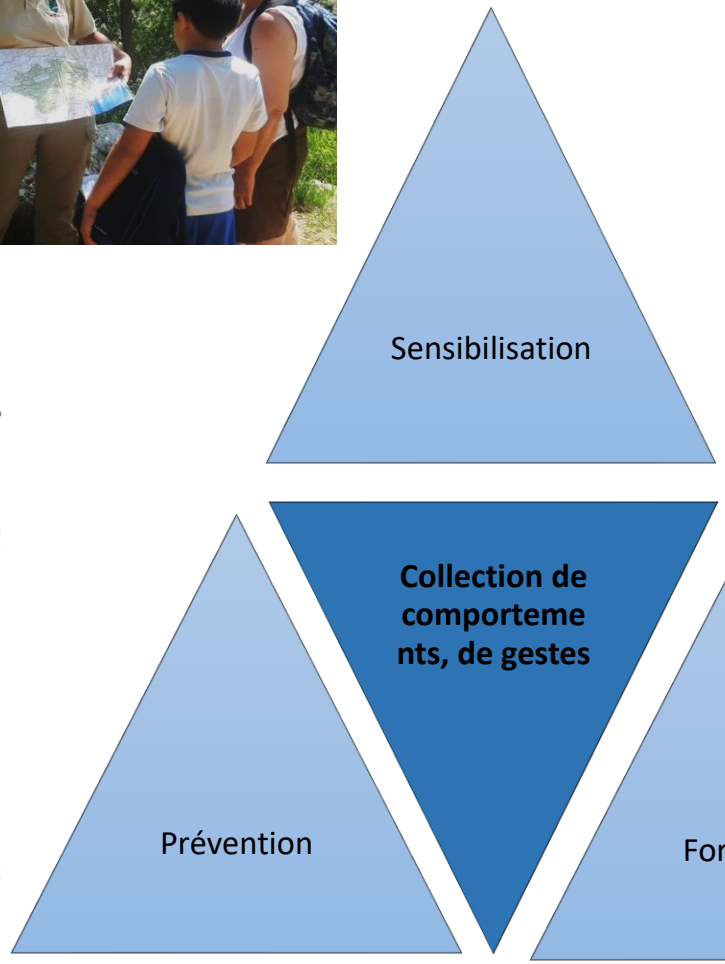
En quête d'évasion et de tranquillité ? Le territoire est vaste et propose des activités variées :

- Sentiers de randonnée
  - Randoxygène
  - Chemins des parcs
- Pôles nature : Saint-Auban, stations de Gréolières et l'Audibergue - La Moulière (où vous pourrez notamment trouver des professionnels pour vous accompagner)
- Les professionnels de la Marque Valeurs Parc pour vous accompagner dans toutes vos dégustations du patrimoine
- Des Parcs naturels départementaux prévus pour vous accueillir

Bureau de la Communication Interministérielle

pref-communication-relationspubliques@alpes-maritimes.gouv.fr

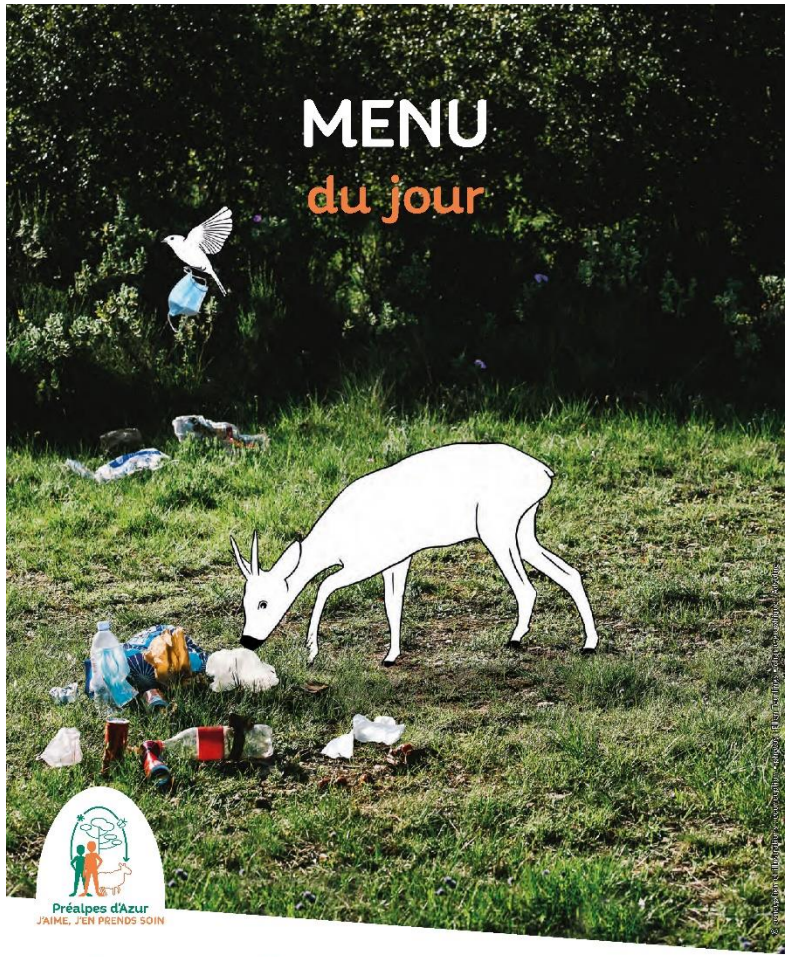
147 boulevard du Mercantour
06200 Nice

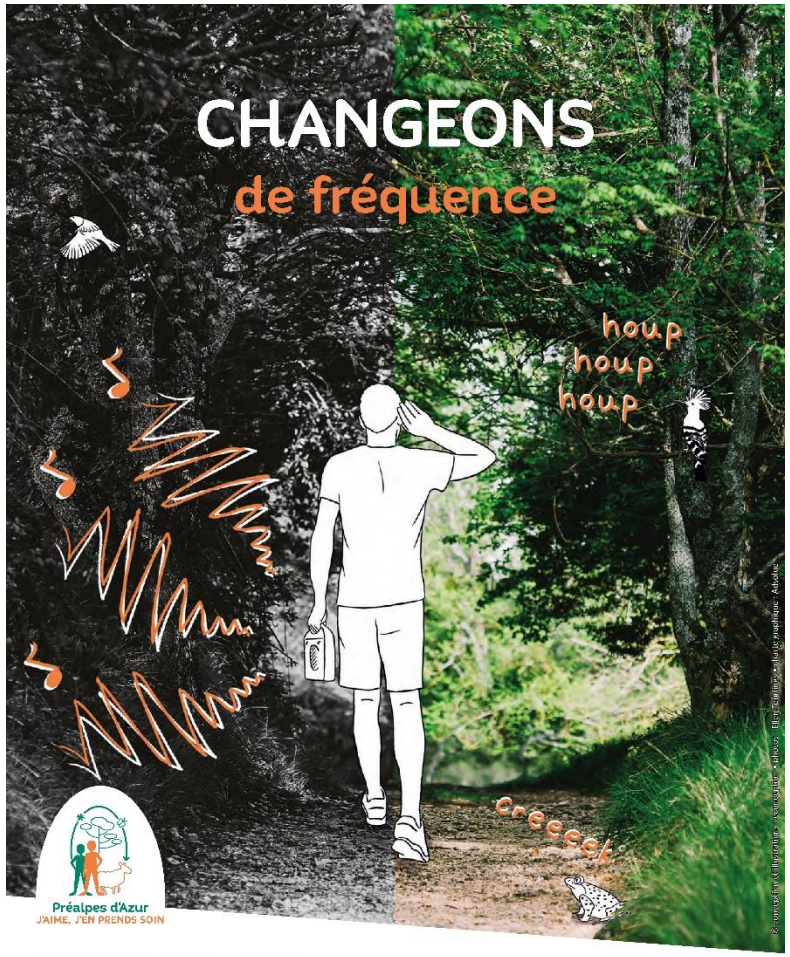


La communication engageante

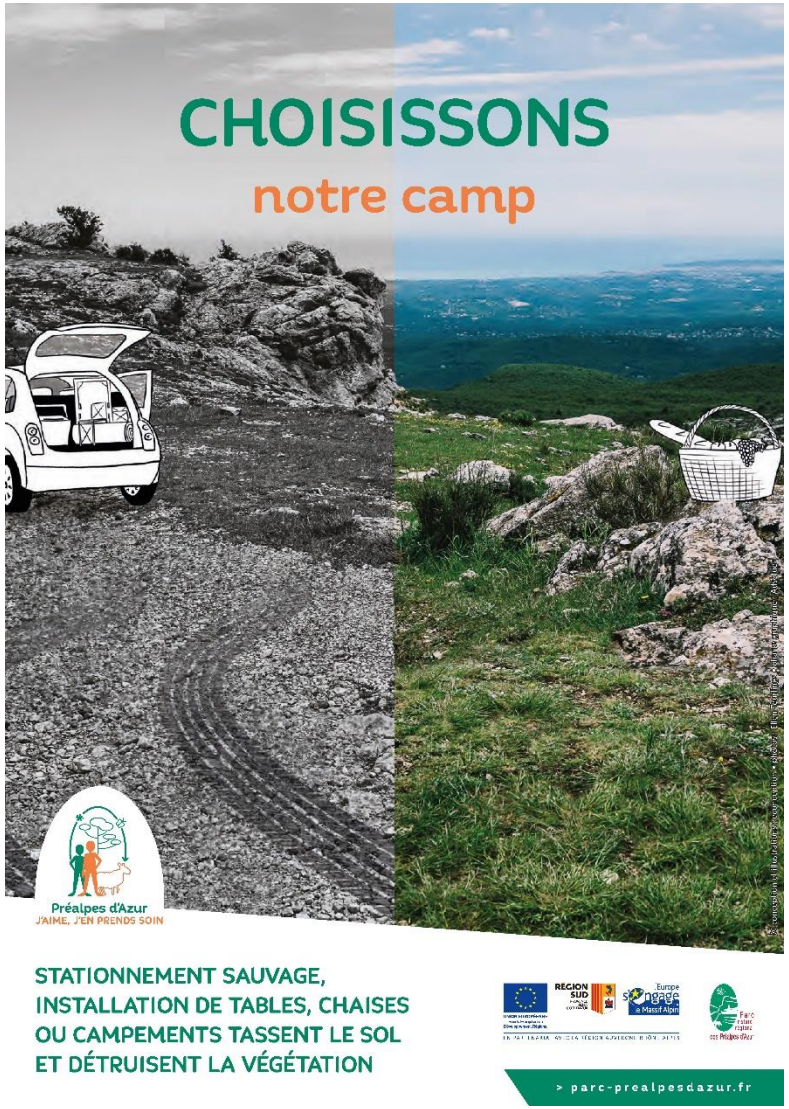
Exemple d'affiches

Exemple d'affiches



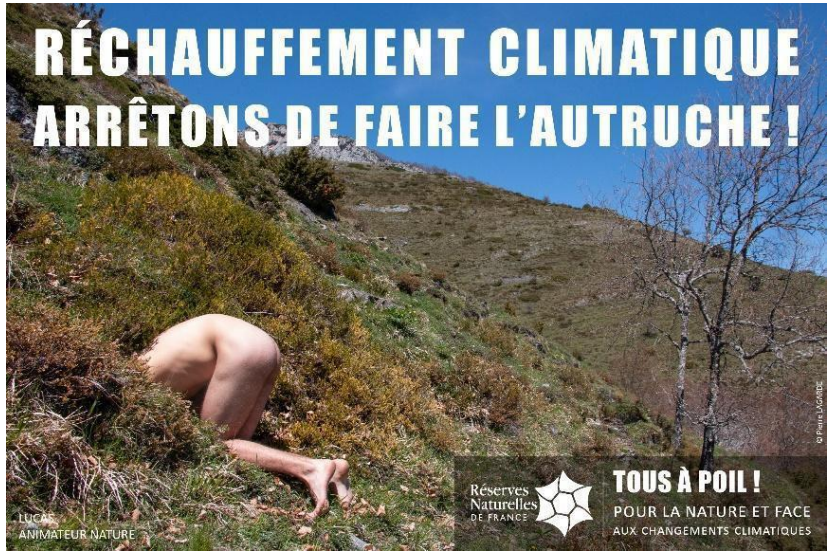


Exemple d'affiches

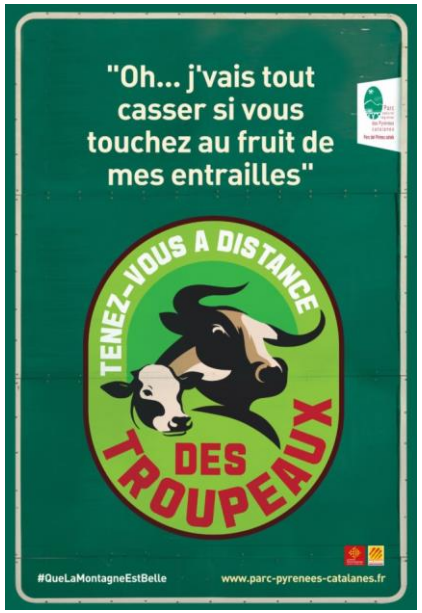


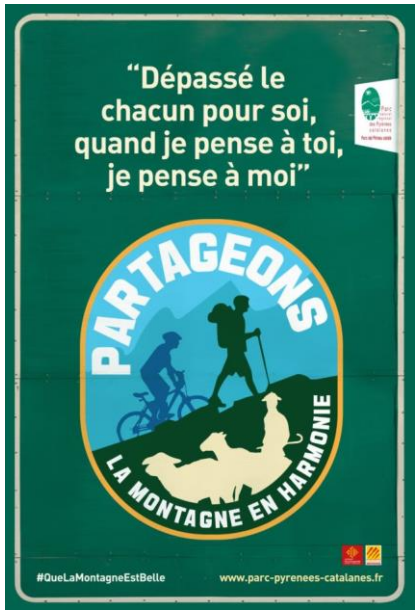
Merci de votre attention

Les Préalpes d’Azur



RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR — COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
PROVENCE alpes CÔTE D'AZUR
PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur
ALPES DE HAUTE PROVENCE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
Les parcs nationaux de France
Rhen RESEAU REGIONAL DES ESPACES NATURELS PROVENCE ALPES COTE D'AZUR
Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR





RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
PROVENCE alpes CÔTE D'AZUR

PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur

ALPES DE HAUTE PROVENCE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT

Les parcs nationaux de France

Rhen RESEAU REGIONAL DES ESPACES NATURELS PROVENCE ALPES COTE D'AZUR

Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

ATELIER 2 : COMMENT CHANGER MES PRATIQUES ET ENTRER EN TRANSITION DANS MON ACTIVITÉ TOURISTIQUE ?

Animatrice : Valérie EL MERINI, Directrice de Ea éco-entreprises

FORUM DE L'ÉCOTOURISME EN RÉGION SUD

Réfléchir au tourisme de demain
& contribuer à la transition

Rencontres, échanges & ateliers

30 NOV. 2021

LA FRUITIÈRE NUMÉRIQUE, LOURMARIN

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR — COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
PROVENCE alpes CÔTE D'AZUR

PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur

ALPES DE HAUTE PROVENCE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT

Les Parcs nationaux de France

RRen RÉSEAU RÉGIONAL DES ESPACES NATURELS PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

TEMOIGNAGE #1

Mon restaurant solaire

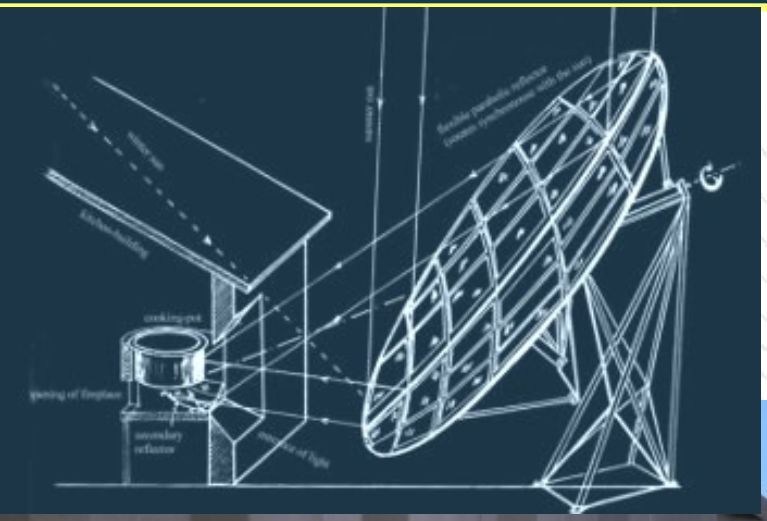
BENJAMIN LEROY

Restaurant Le Présage

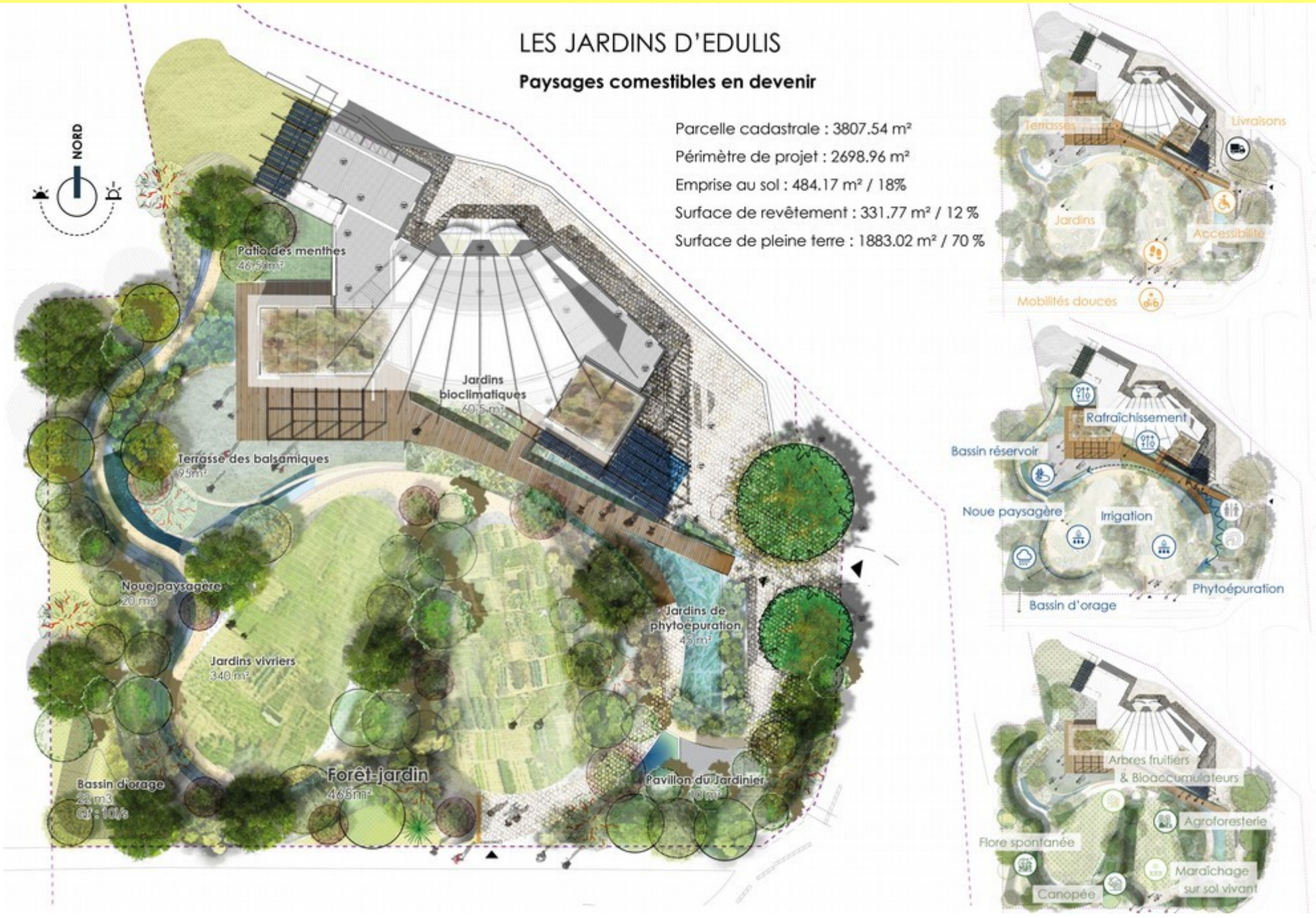
Venez vivre, le temps d’un repas,

L’expérience d’un Futur Délicieux

Le Fourneau de cuisine Solaire Scheffler-Aubert



Système alimentaire innovant et régénératif



Tour du combeynot famille sentier des crevasses panneau d'information © Thibaut Blais - Parc national des Écrins

ATELIER 3 : COMMENT CONSTRUIRE LES OFFRES ECOTOURISTIQUES DE DEMAIN

Animateur : Pierrick NAVIZET, Chef du service Accueil et Communication au Parc national des Ecrins

FORUM DE L'ÉCOTOURISME EN RÉGION SUD

Réfléchir au tourisme de demain
& contribuer à la transition

Rencontres, échanges & ateliers

30 NOV. 2021

LA FRUITIÈRE NUMÉRIQUE, LOURMARIN

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR — COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
PROVENCE | alpes | CÔTE D'AZUR

PARCS NATURELS RÉGIONAUX de Provence-Alpes-Côte d'Azur

ALPES DE HAUTE PROVENCE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT

Les Parcs nationaux de France

RRen RÉSEAU RÉGIONAL DES ESPACES NATURELS PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

TEMOIGNAGE #1

Étapes de la construction d’une offre

Olivier POLLET,
Directeur,
Agence Escursia

Présentation des structures

escursia
voyager curieux

Leader des voyages naturalistes en France

Partenaire exclusif de la LPO

Près de 20 séjours marqués
« Valeurs Parc »
dans une quinzaine de PNR

VALEURS PARC NATUREL RÉGIONAL

TERRES OUBLIÉES
VOYAGES
Là où les autres ne vont pas

Spécialiste du voyage d'aventure hors sentiers battus

Pionnier du voyage en petit groupe
de 8 participant.e.s

Marque Terres Oubliées Nature
créée en 2010

CHIFFRES CLÉS DU GROUPE

7 M€
de Chiffre d'Affaire
en 2019

2500
clients
annuels

1 équipe
de 17 personnes
réparties sur Lyon,
Gap, Nantes,
Rochefort, Rennes,
Lorient, ...

1 réseau
+ de 100 guides
partenaires passionnés,
spécialistes,
impliqués

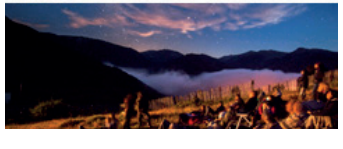
Des hommes et des femmes animé.e.s de convictions, mais sans certitudes

L'offre Destination Parcs

Prendre soin de la cohérence avec les valeurs
Plusieurs gammes pour répondre à un public varié
Des séjours qui répondent au cahier des charges des Parcs
Des activités à la carte qui en découlent

Les propositions de Gammes :

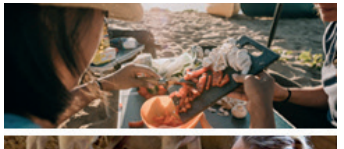
Naturaliste

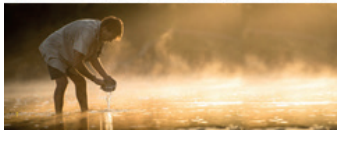


Famille

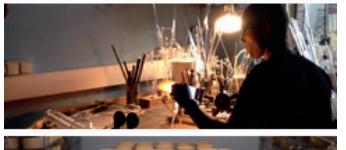
Mobilité douce, Slow travel

Reconnexion à la Nature





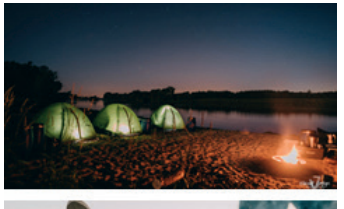
Patrimoine, Terroir et Savoir-faire



Une offre accessible

Une accessibilité
En tarifs
En temps
Pour les individuels (à la carte)

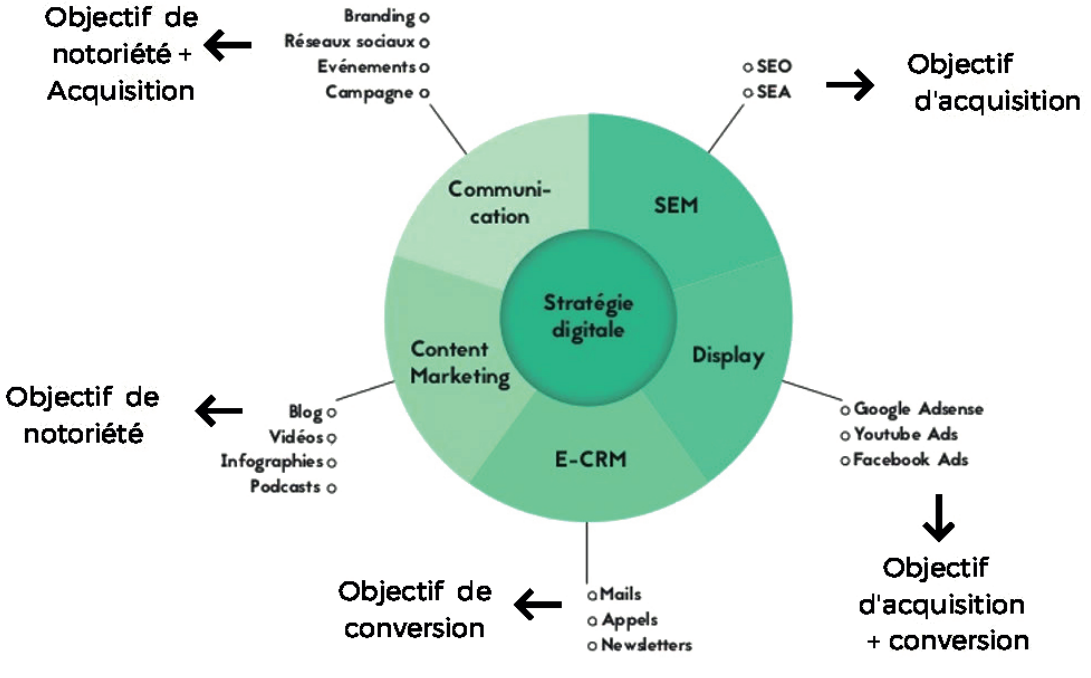
Une accessibilité à tous les publics
(mobilité réduite, personnes avec handicap,...)

Activités	Expériences	Immersions
		

Le Marketing - Communication - Design

> Besoin de budgets importants pour accompagner le lancement
> L'humain au coeur de la com grâce au storytelling
> Ne pas miser toute la com sur le digital

1. Com Digitale
2. Com Print
3. Com Événementielle
4. Séjours Presse et Influenceurs.euses
5. Grands Médias nationaux



Conclusion

> Nous croyons fondamentalement en ce projet
> Nous souhaitons être davantage acteurs du changement
> Un projet à co-construire avec la Fédération des PNR et le Slow Tourism Lab
> Inciter au changement de vie des individus
> Faire rayonner Destination Parcs auprès d'un public européen

Le triangle idéal autour des valeurs et du tourisme vertueux :

Des acteurs engagés

Des territoires valorisés et préservés

Des visiteurs fidélisés

TEMOIGNAGE #2

Marika ARABI-ONNELA
Chargée de mission tourisme durable
Réseau des Grands Sites de France

Les escapades nature sans voiture : favoriser l'écomobilité pour préserver les paysages emblématiques protégés

Marika Arabi-Onnela, Réseau des Grands Sites de France

Forum de l'écotourisme en Région Sud. Atelier 3 - « Comment construire les offres de demain ? »

mardi 30 novembre 2021

www.grandsitedefrance.com

Un réseau national

Réseau des Grands Sites de France

21 Grands Sites de France

Aven d'Orgnac	1
Baie de Somme	2
Bibracte-Mont Beuvray	3
Camargue gardoise	4
Cap d'Erquy - Cap Fréhel	5
Cirque de Navacelles ***	6
Conca d'Oru, vignoble de Patrimonio golfe de Saint-Florent	7
Concors - Sainte-Victoire	8
Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon	9
Estuaire de la Charente, Arsenal de Rochefort	30
Gorges de l'Hérault **	10
Iles Sanguinaires - pointe de la Parata	11
Les Deux-Caps Blanc-Nez, Gris-Nez	12
Marais Poitevin	13
Massif du Canigó	14
Pointe du Raz en Cap Sizun	15
Pont du Gard *	16
Puy de Dôme *	17
Puy Mary - Volcan du Cantal	18
Solutré Pouilly Vergisson	19
Vallée de la Vézère *	20

Le label Grand Site de France est décerné par l'État, au gestionnaire du Grand Site, pour six ans. Il vient reconnaître que son action est conforme aux principes du développement durable.

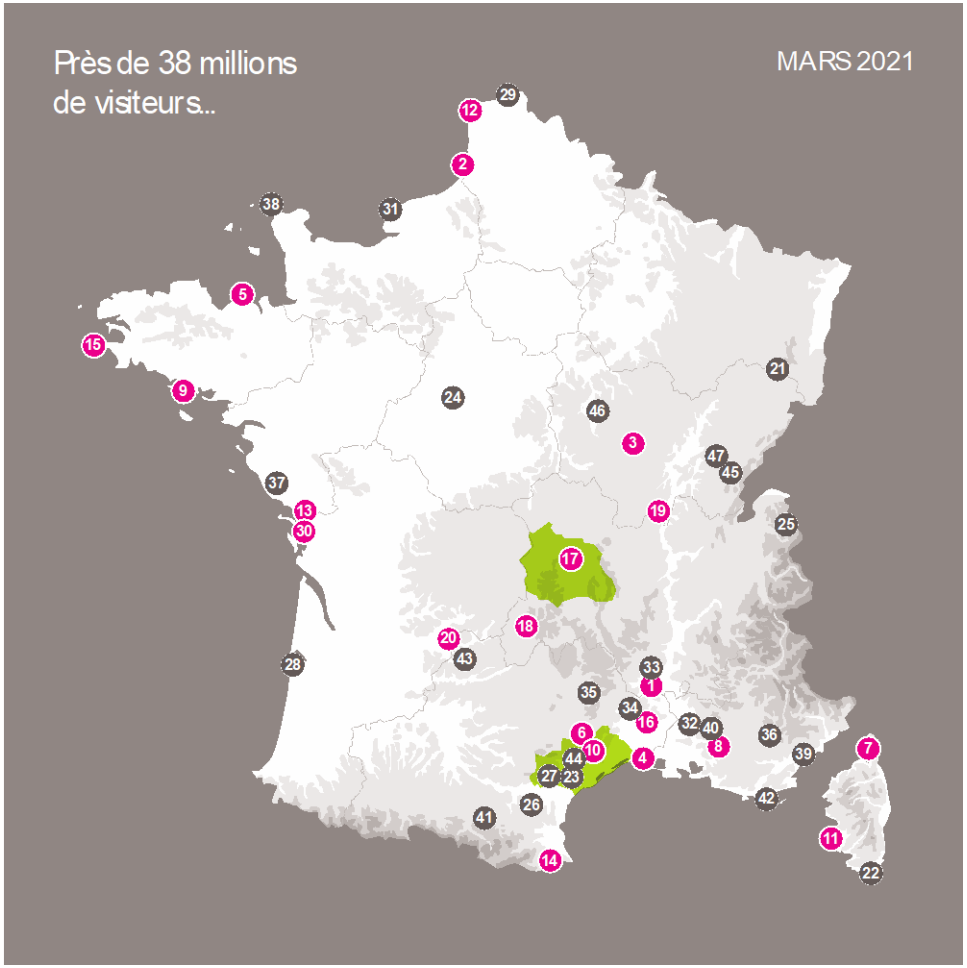
Grands Sites de France en projet

Ballon d'Alsace	21
Bonifacio	22
Canal du Midi - Béziers *	23
Chambord ****	24
Cirque de Sixt Fer à Cheval	25
Cité de Carcassonne *	26
Cité de Minerve, gorges de la Cesse et du Brian	27
Dune du Pilat	28
Dunes de Flandre	29
Falaises d'Etretat, Côte d'Albâtre	31
Fontaine de Vaucluse	32
Gorges de l'Ardèche	33
Gorges du Gardon	34
Gorges du Tarn, de la Jonte et causses ***	35
Gorges du Verdon	36
Havre du Payré	37
La Hague	38
Massif de l'Estérel	39
Massif des Ocres	40
Montségur	41
Presqu'île de Giens et Salins d'Hyères	42
Rocamadour **	43
Salagou - Cirque de Mourèze	44
Vallée du Hérisson - Plateau des 7 Lacs	45
Vézelay *	46
Vignobles et Reculées du Jura	47

2 grandes collectivités

Département de l'Hérault
Département du Puy-de-Dôme

* site du patrimoine mondial - ** site du patrimoine mondial au titre des chemins de Saint-Jacques de Compostelle
*** site faisant partie du Bien "Causses et Cévennes, paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen", inscrit sur la Liste du patrimoine mondial
**** site faisant partie du Bien "Val de Loire entre Sully-sur-Loire et Chalonnes", inscrit sur la Liste du patrimoine mondial



Bibracte-Mont Beuvray

GRAND SITE DE FRANCE
Bibracte - Mont Beuvray

Concors - Sainte-Victoire

GRAND SITE DE FRANCE
Concors - Sainte-Victoire

Marais poitevin

GRAND SITE DE FRANCE
Marais poitevin

Escapade nature sans voiture

L'expérience Grand Site de France

www.escapadenature-sansvoiture.fr

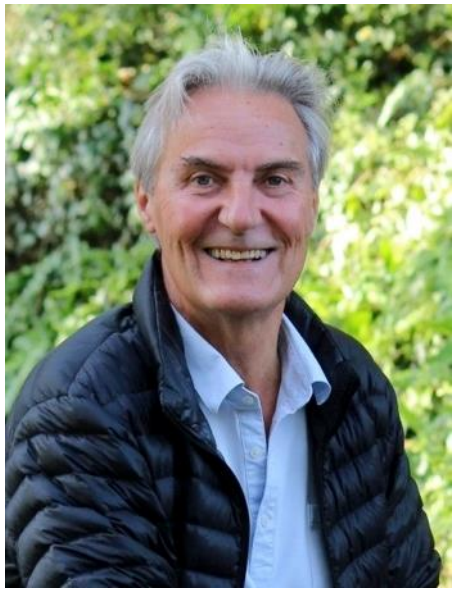
LAURÉAT 2017
DES PALMES DU TOURISME DURABLE

Réseau des Grands Sites de France

Les Escapades nature sans voiture : le concept

Objectif : Montrer qu'il est possible d'explorer les plus beaux paysages de France sans voiture

- « Country break »
- Un séjour 100% sans voiture (accès et déplacements sur site)
- Une immersion en douceur, au rythme des paysages
- En adéquation avec les valeurs des Grands Sites de France : émerveillement, ressourcement, partage, accueil, rencontre, hors saison…
- Un test grandeur nature réalisé par un escapadeur : Pierre
- Un « facilitateur » pour encourager une découverte sans voiture plus qu'un produit clé en main



Objectifs

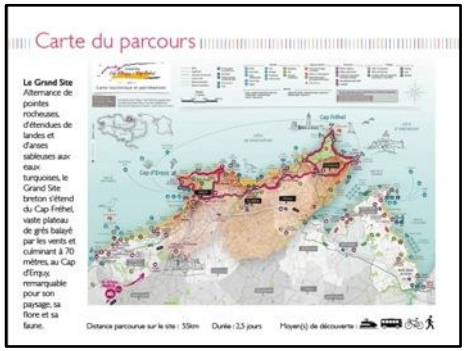
- Donner envie de visiter les Grands Sites de France autrement
- Donner à voir les diverses facettes de ces territoires d'exception (paysage, patrimoine, activités, rencontres…) via des modes de déplacements doux
- Favoriser la transition énergétique et touristique en valorisant un tourisme durable et sans voiture

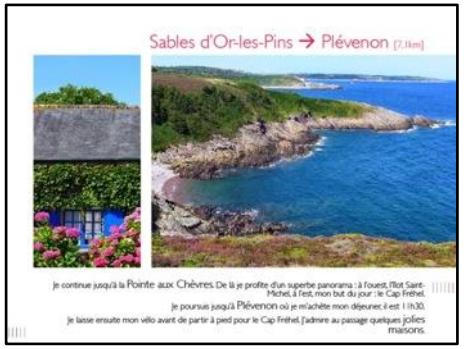
Méthodologie

- Prise de contact des Grands Sites intéressés auprès du RGSF
- Elaboration du parcours par Pierre, en lien avec le Grand Site et le RGSF
- Réalisation de l'escapade-test par Pierre
- Compte-rendu de l'escapade-test par Pierre (texte et photos)
- Restitution avec le Grand Site et RGSF avec pistes d'amélioration de l'offre de découverte sans voiture
- Si l'escapade est considérée par le Grand Site, RGSF et Pierre comme réalisable et reproductible → valorisation par le RGSF, le Grand Site et ses partenaires

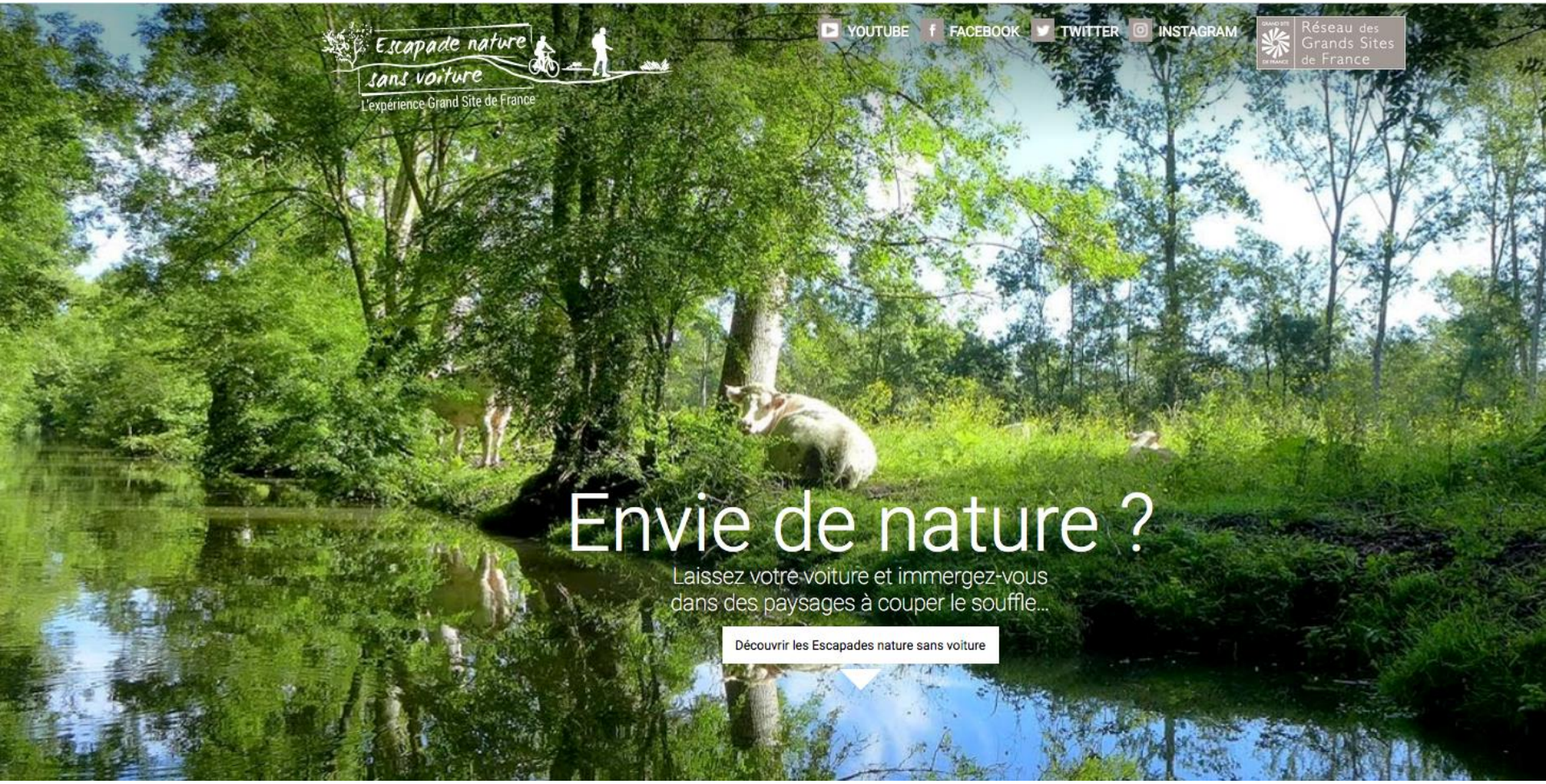
Le « Carnet de Pierre

- Un récit vivant et personnel
- Illustré de belles photos prises au fil de l'escapade
- Une vingtaine de pages
- Consultable et téléchargeable en ligne
- Possibilité de l'imprimer pour une consultation sur

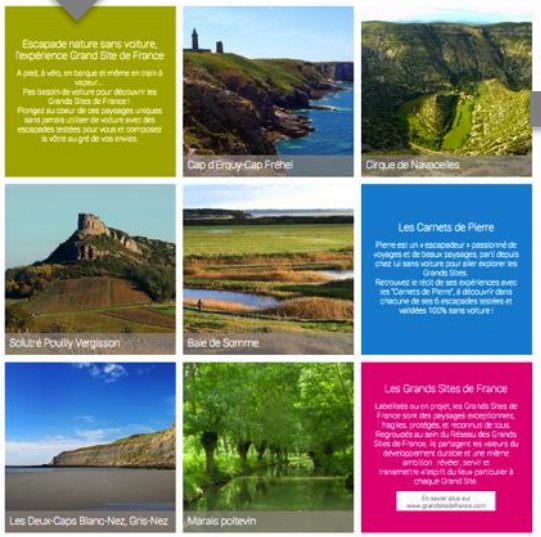




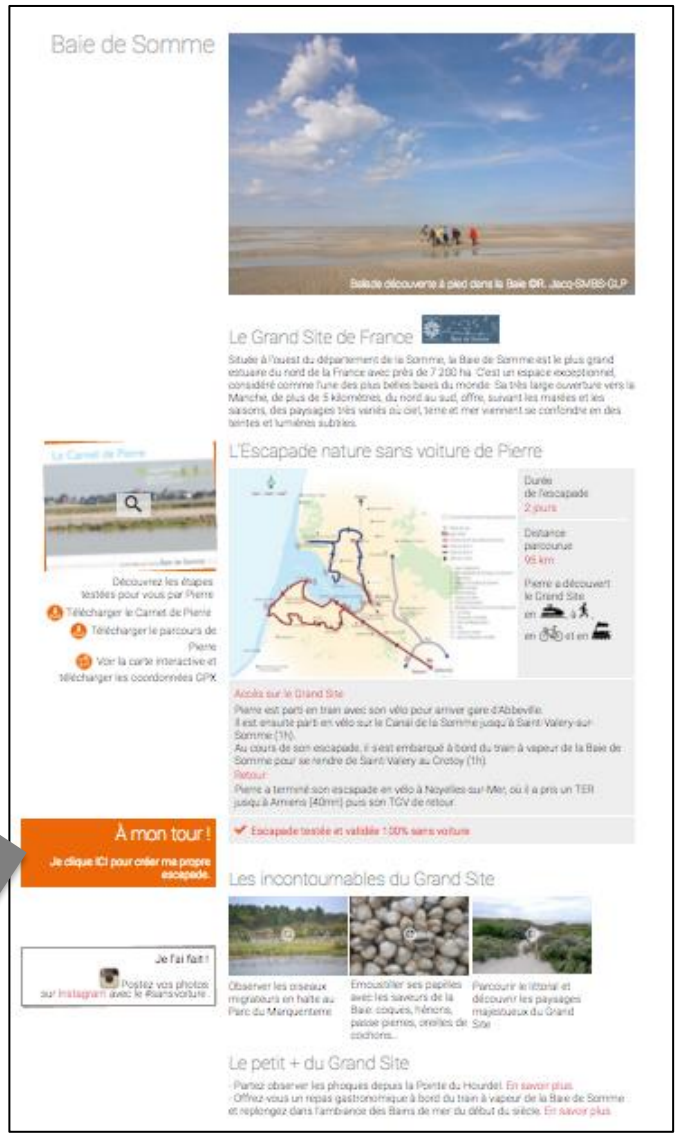
Le site internet



Le site internet



informations pratiques : renvoi sur le site internet du Grand Site



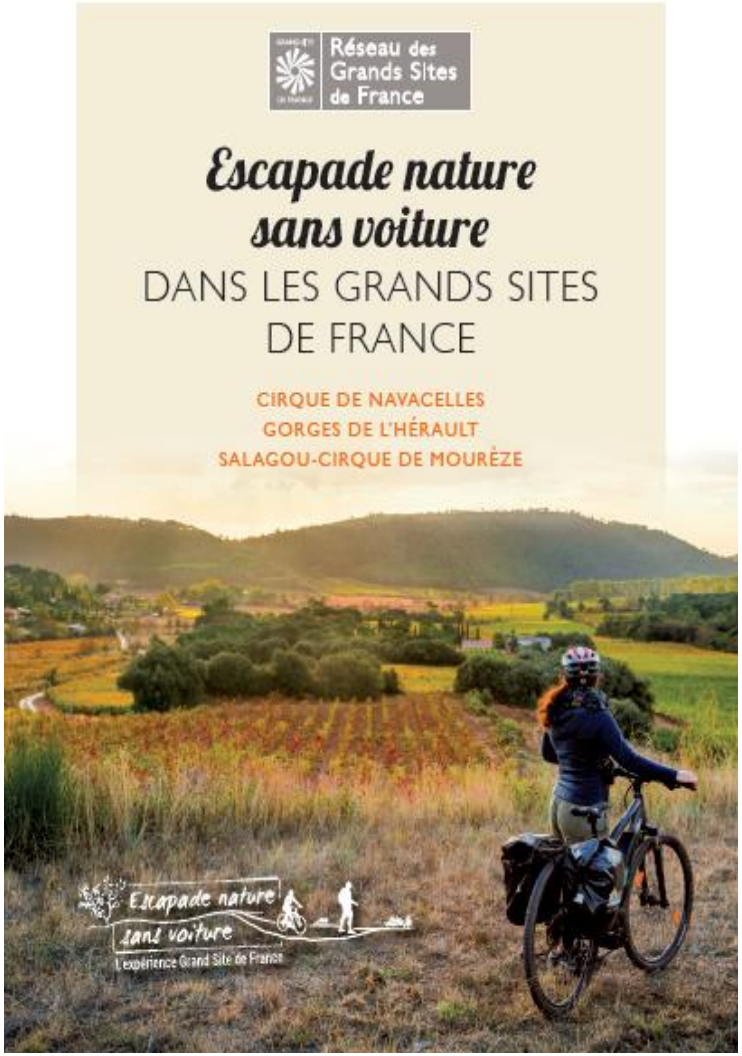
Bilan et perspectives

Depuis le lancement en 2015, 15 escapades valorisées :

- Baie de Somme
- Cap d'Erquy-Cap Fréhel
- Cirque de Navacelles
- Dune du Pilat
- Estuaire de la Charente, Arsenal de Rochefort
- Les Deux-Caps Blanc-Nez, Gris-Nez
- Marais poitevin
- Puy de Dôme
- Puy Mary –Volcan du Cantal
- Sainte-Victoire
- Solutré Pouilly Vergisson
- Vallée de la Vézère
- Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon
- Dunes de Flandres

Et d'autres à venir…

Mais aussi…


Réseau des Grands Sites de France
Escapade nature sans voiture
DANS LES GRANDS SITES DE FRANCE
CIRQUE DE NAVACELLES
GORGES DE L'HÉRAULT
SALAGOU-CIRQUE DE MOURÈZE
Escapade nature sans voiture
L'expérience Grand Site de France

VALORISER UNE DÉCOUVERTE SANS VOITURE

ESCAPADE NATURE SANS VOITURE HÉRAULT/GARD

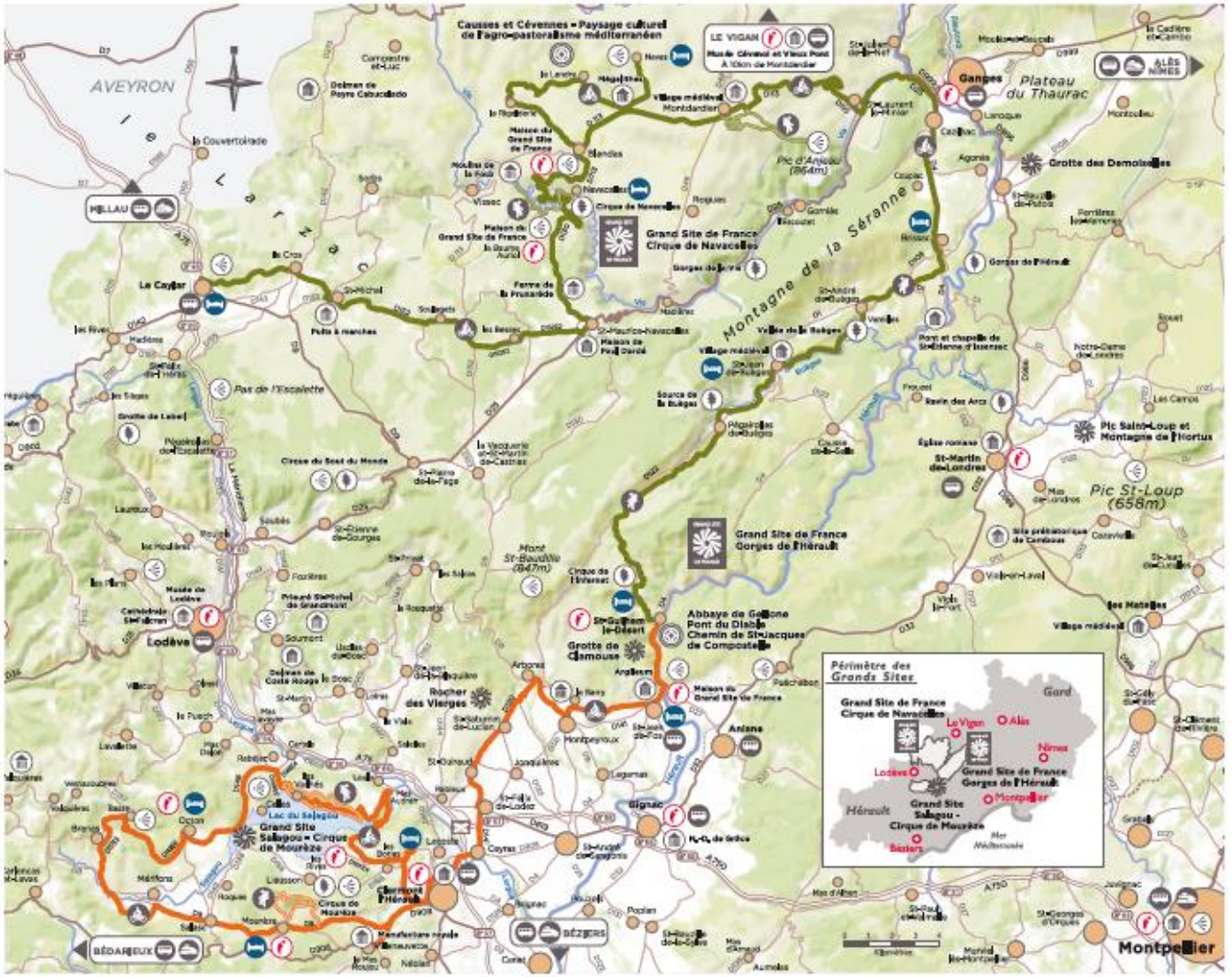
Escapade nature sans voiture
L'expérience Grand Site de France

Escapade nature sans voiture dans les Grands Sites de France

CIRQUE DE NAVACELLES
GORGES DE L'HÉRAULT
SALAGOU-CIRQUE DE MOURÈZE

- ITINÉRAIRE *du Cirque de Navacelles / à Saint-Guilhem-le-Désert*
- ITINÉRAIRE *Saint-Guilhem-le-Désert / Salagou-Cirque de Mourèze*
- PARCOURS *vélo électrique*
- PARCOURS *randonnées*
- ÉTAPE *nuits*
- ACCÈS *bus*
- ACCÈS *train*

- GRAND SITE DE FRANCE
- GRAND SITE DE FRANCE EN PROJET ET SITE CLASSÉ
- BIEN INSCRIT SUR LA LISTE DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO
- PATRIMOINE CULTUREL
- SITE NATUREL
- PANORAMA
- OFFICE DE TOURISME ET POINT D'INFORMATION



Hérault Tourisme
proximité - expertise

Réseau des Grands Sites de France

Pays Cœur d'Hérault

GRAND SITE DE FRANCE

Réseau des Grands Sites de France

www.grandsitedefrance.com