

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

Atelier thématique « Tourisme durable »

Objectif stratégique de la Charte 2.3 : Constituer un territoire d'accueil intégré à celui de la Grande Région

Synthèse de l'atelier thématique du 23 avril 2025 à Maizières-les-Vic

1. Les objectifs opérationnels de la Charte

2.3.1 : PARTICIPER À LA CONSTRUCTION D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE DURABLE EN LORRAINE

2.3.2 : INSCRIRE LE TERRITOIRE DANS L'ESPACE D'ÉCHANGES ET DE CIRCULATION DE LA GRANDE RÉGION

2.3.3 : SE FORMER ET S'ORGANISER POUR ACCUEILLIR SUR LE TERRITOIRE

2. Les réalisations les plus significatives du Parc en lien avec les partenaires sur la période 2015-2024

SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE DE TOURISME DURABLE

- **Animation et gestion des programmes LEADER 2014-2022 Ouest PnrL et Moselle Sud :** accompagnement des porteurs de projets s'inscrivant dans les thématiques de développement de nouvelles offres touristiques, d'amélioration de l'accueil des clientèles, de valorisation des productions locales et des savoir-faire et de promotion du territoire et gestion des enveloppes issues du fonds européen FEADER à hauteur respectivement de 1 934 498,61 € et 2 232 680,40 €.
- **Réalisation d'un schéma d'accompagnement des hébergements de groupes et des aires de camping-car sur le territoire du GAL Ouest PnrL** afin d'accompagner les projets de rénovation et/ou de création s'inscrivant dans une démarche durable, en adéquation avec les besoins des clientèles.

STRUCTURATION DE FILIÈRES ET PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS

- **Réalisation d'une étude marketing sur les clientèles du tourisme ornithologique et création d'un Site Internet dédié (Birding France)** dans le cadre d'une collaboration entre Pnr Français : opération « Les Pnr Destination d'excellence pour le tourisme ornithologique ».
- **Déploiement de la nouvelle marque nationale « Valeurs Parc » sur les hébergements touristiques (meublés et chambres d'hôtes) et la restauration** afin d'accompagner et de valoriser les offres des acteurs engagés dans une démarche de tourisme durable.
- **Structuration d'une filière de Guides nature** qui ont bénéficié d'un plan de formation leur permettant d'accueillir les publics dans les meilleures conditions et de leur proposer des activités de loisirs et de découverte en immersion dans les milieux naturels.

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

- **Coordination d'un Appel à projet Régional « Expériences écotourisme »** avec mise en réseau et professionnalisation d'acteurs du tourisme et organisation et promotion d'offres d'écotourisme à l'échelle régionale.

PROMOTION DE LA DESTINATION PARC

- **Accueil du séminaire national "Tourisme et Sports de nature"** de la Fédération des Parcs naturels régionaux (2017).
- **Organisation du Séminaire national Ecotourisme et culture en sites Ramsar** à Metz (2018).
- **Promotion autour de l'ornithologie** sur 3 années consécutives (2016-2018) avec 7 autres PNR au British Birdwatching Fair (à Egleton) considéré comme le plus grand salon mondial de l'ornithologie.
- **Promotion de la Destination Parc et articulation avec la marque « Valeurs Parc »** : plateforme expérimentale Destination Parcs de la Fédération des Parcs et espace dédié sur la vitrine numérique du PNR Lorraine.
- **En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme** Lorraine, participation à une campagne promotionnelle "Grands Voyageurs" (2016) et une campagne médias (2019) en lien avec les deux marques « Lorraine vous révéler » et « Valeurs Parc ».
- **En lien avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est**, participation au Pacte de Destination (2020-2021).

EN COOPÉRATION TRANSFRONTALIÈRE

- **Appui à la définition d'un positionnement autour du tourisme fluvestre** et à la construction de la Destination Terres d'Oh portée par l'association du Bassin Touristique de la Sarre.
- **Elaboration d'un programme de préservation et de valorisation du patrimoine géologique et industriel de la Grande Région (projet INTERREG « Sous nos pieds »)** : Réalisation d'un inventaire des géosites du territoire.
- **Contribution à Terroir Moselle et à Moselle Sans Frontières Plus** : Projet de valorisation touristique du patrimoine et de l'architecture viticole transfrontalière (Allemagne, Luxembourg, France).

3. Les partenaires

Etat*, Région Grand Est*, communes*, communautés de communes*, Départements* Union européenne, AERM, Parcs naturels belges et luxembourgeois et Parcs naturels régionaux français, Pays et PETR, offices de tourisme, Agence régionale du tourisme, Association Ramsar France, compagnies artistiques...

(*) Partenaires signataires de la Charte

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

4. Les chiffres clés du territoire sur la période 2015-2024

- **4 166 997,01 € de fonds européens pour accompagner les projets LEADER des territoires Moselle sud et Ouest PnrL sur la période 2014-2022.**
- **192 dossiers accompagnés et financés dans le cadre des programmes LEADER Moselle sud et Ouest PNRL sur la période 2014-2020.**
- **9 Guides nature référencés.**
- **43 prestataires touristiques, artisans d'art, guides nature, agriculteurs, boutiques bénéficiaires de la Marque Valeur Parc.**
- **99 journées de formation entre 2014 et 2023 et 904 participants au total.**

5. Les points forts/difficultés rencontrées

(Synthèse croisée partenaires et Parc)

POINTS FORTS

Financements et structuration de l'offre

- Le programme LEADER Moselle Sud sur la thématique « Tourisme durable » a joué un rôle moteur :
 - Montée en gamme de l'offre touristique.
 - Soutien à l'innovation et à la diversification des projets.
 - Création de partenariats intéressants entre institutionnels (effet levier sur les dynamiques locales).

Réseaux d'acteurs et professionnalisation

- Réseau de guides tourisme animé par le Parc, structuré et porteur, bien que peu connu : potentiel à mieux valoriser.
- Structuration d'une filière de guides nature, appuyée par le Parc, ouvrant vers une offre écotouristique fondée sur les patrimoines naturels.
- Professionnalisation croissante du tourisme liée aux évolutions territoriales (loi NOTRe → Offices de Tourisme à l'échelle intercommunale).

Marque et tourisme engagé

- La marque "Valeurs Parc" constitue :

DIFFICULTES RENCONTRÉES

Tourisme et milieux naturels

- Sensibilité des espèces et des milieux naturels pas toujours prise en compte dans les projets touristiques.
- Besoin de concilier tourisme et gestion forestière (régime forestier, compatibilité des aménagements).
- Nécessité de valoriser tout en limitant l'accès à certains sites sensibles (gestion du risque de surtourisme sur les "joyaux").

Structuration et cohérence territoriale

- Image/identité du territoire encore trop peu visible ou affirmée pour porter une destination touristique identifiable.
- Le potentiel touristique du territoire est sous-estimé ou mal partagé, en particulier auprès des habitants et acteurs locaux.
- Disparités de collaboration entre le Parc et les Offices de Tourisme, accentuées depuis leur passage à l'échelle intercommunale (capacités humaines/financières variables).

Réseaux et accompagnement

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

- Un outil de reconnaissance et d'engagement en faveur du tourisme durable.
- Un levier pour faire monter en qualité les prestations.
- Un vecteur de valorisation de l'offre locale.
- Professionnalisation des guides nature à poursuivre : encore des marges de progrès en diversité des contenus et qualité des prestations.
- Manque de visibilité sur les études ou outils existants (ex. étude sur les hébergements de groupe et camping-cars en zone Ouest).
- Prestataires parfois peu investis malgré un accompagnement technique ou financier.

Stratégies nationales et transfrontalières

- Contexte favorable : stratégie nationale post-COVID pour faire de la France une référence du tourisme durable à l'horizon 2030.
- Le Parc est reconnu pour son savoir-faire dans l'accompagnement de projets complexes et multi-acteurs (ex : programmes INTERREG de coopération transfrontalière).
- Cela renforce l'attractivité et le rayonnement du territoire au-delà de ses frontières.

Valorisation et communication

- Des actions de valorisation des espaces et des projets sont en place, notamment grâce aux financements et outils de communication, à poursuivre et renforcer.

Transitions et accessibilité

- Pas d'accompagnement financier identifié pour aider les hébergeurs à engager une transition énergétique.
- Peu d'évolutions sur l'offre Tourisme et Handicap, voire un recul de l'accessibilité dans les offres touristiques.

Communication et reconnaissance

- Marque "Valeurs Parc" encore trop peu connue, y compris chez les acteurs touristiques.
- Manque de communication partagée entre le Parc et les Offices de Tourisme autour de cette marque.
- Faible valorisation publique des partenariats et résultats issus des programmes LEADER ou des autres projets structurants.

6. Les priorités pour la fin de Charte

PRIORITÉS ET ACTIONS ENVISAGÉES PAR LE PARC :

➤ Promouvoir une image cohérente de la destination qui s'appuie sur les valeurs du Parc (nature, lien social, transitions).

- Miser sur un tourisme de proximité, en incitant les habitants à devenir ambassadeurs du territoire.
- Travailler étroitement avec les offices de tourisme pour une communication commune en lien avec les Villes-portes du Parc (offres touristiques ville-campagne).
- Développer des contenus et des offres inspirantes en partenariat avec les bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc » et autres démarches responsables pour alimenter la plateforme numérique « Destination Parc ».
- Affirmer l'identité du Parc par la création d'objets valorisant les patrimoines emblématiques du territoire en lien avec les *artisans d'art* « Valeurs Parc » et en favorisant leur commercialisation dans les points de vente (Boutiques du Parc / Boutiques écoresponsables). Associer ces objets à des expériences touristiques immersives : ateliers, parcours thématiques.
- Développer des coffrets ou éditions spéciales associant produits artisanaux et expériences touristiques.

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

- **Renforcer la professionnalisation des guides accompagnateurs / médiateurs pour s'adapter aux aléas climatiques et contexte économique**
 - Enrichir les discours et les interactions avec le public.
 - Former les guides aux phénomènes climatiques et à la gestion des risques.
 - Accompagner la profession vers un parcours plus résilient.
- **Structurer et promouvoir les activités de pleine nature en lien avec les enjeux environnementaux**
 - Consolider et diversifier l'offre d'activités accompagnées
 - Accompagner les acteurs vers une offre plus durable (Sensibiliser aux bonnes pratiques)
 - Expérimenter des actions pilotes.
 - Communiquer sur les pratiques respectueuses.

Synthèse des recommandations et/ou propositions d'actions à mettre en œuvre formulées par les participants lors de l'atelier :

Enjeux identifiés :

- Préserver les espaces remarquables, en évitant la surfréquentation ou les usages inadaptés.
- Articuler développement touristique et protection environnementale, en ciblant les sites adaptés et en accompagnant les collectivités

Pistes d'actions identifiées :

Identification des sites sensibles et adaptés :

- Travailler avec une commission dédiée pour définir les sites à enjeux environnementaux (fragiles ou réceptifs) : ne pas mettre en lumière ceux non prêts à accueillir, ou s'assurer des moyens de les préserver.
- Établir une cartographie des sites existants, complétée par un état des lieux des usages, besoins et attentes des publics.

Accompagnement des territoires :

- Apporter un soutien en ingénierie aux communes pour concevoir ou adapter les projets liés aux activités de pleine nature (conseils, financements, partenariats).
- Identifier des interlocuteurs de proximité (offices de tourisme, associations locales) pour recenser les besoins, mutualiser les démarches et structurer l'offre.

Suivi, évaluation et amélioration continue :

- Mettre en place une évaluation régulière des actions menées (retours d'expérience, points d'attention, réussites et dérives).
- Suivre les tendances touristiques pour anticiper les évolutions et adapter les offres (nouvelles pratiques, attentes des clientèles).

Professionnalisation des acteurs :

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

- Former les prestataires (guides, hébergeurs, structures de loisirs) à ce qu'est une offre touristique durable : intégration des enjeux écologiques, pédagogie auprès des publics, qualité d'accueil.

Outils et communication :

- Créer une boîte à outils : bonnes pratiques, retours d'expérience, coordonnées utiles, canevas de projet, réglementation, ressources pédagogiques.
- Renforcer les actions de sensibilisation des habitants et des structures à l'intérêt d'un développement touristique maîtrisé et bénéfique pour le territoire.

Objectifs à terme : Expérimenter des actions pilotes, structurer les parcours et diffuser largement les bonnes pratiques écotouristiques.

➤ Favoriser les offres de slow tourisme et d'expériences itinérantes

- Intégrer les parcours à une stratégie plus large de mobilité douce (liaison train-vélo, navettes, location de matériel...).
- Encourager les formules multi-activités douces.

Synthèse des recommandations et/ou propositions d'actions à mettre en œuvre formulées par les participants lors de l'atelier :

Enjeux identifiés :

- Favoriser l'accès sans voiture aux itinéraires et sites touristiques, y compris en zone rurale.
- Changer les perceptions et habitudes liées à la mobilité dans les territoires peu denses.
- Répondre à une demande croissante de séjours doux, multi-activités et sans impact.

Pistes d'actions identifiées :

Accessibilité du « dernier kilomètre » :

- Travailler sur des liaisons gares – sites touristiques, avec des horaires adaptés aux flux touristiques.
- Identifier les points de rupture d'accessibilité pour lever les freins à l'itinérance sans voiture.

Dispositifs de mobilité à adapter ou expérimenter :

- Collaborer avec les acteurs existants : SNCF, Blablacar Daily, Citiz, intercommunalités, loueurs locaux.
- Proposer des formules combinées (train + vélo, navettes estivales, location partagée...).

Freins identifiés :

- Partenariats complexes à mettre en place, en particulier avec la SNCF.
- Coût élevé du développement de solutions de transports collectifs à faible fréquentation.
- Manque d'outils de coordination inter-acteurs et de visibilité de l'offre.

Changer les mentalités :

- Communiquer sur les bénéfices du slow tourisme pour les visiteurs et les habitants.
- Lutter contre les idées reçues sur la mobilité en ruralité : montrer que des alternatives existent et fonctionnent.
- Encourager une appropriation locale de la mobilité douce, en lien avec les stratégies territoriales de transition écologique.

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

Objectif à terme : Structurer une offre touristique itinérante, accessible sans voiture, intégrée à une stratégie de mobilité durable. Cela suppose une vision partagée entre collectivités, opérateurs de mobilité, professionnels du tourisme et habitants.

➤ Renforcer les échanges inter-Parcs autour d'un « Tourisme sans Barrière / inclusif »

- Expérimenter de nouvelles actions ou conforter l'existant.
- Faire connaître et valoriser l'offre inclusive.

Synthèse des recommandations et/ou propositions d'actions à mettre en œuvre formulées par les participants lors de l'atelier :

Enjeux identifiés :

- Développer une offre touristique inclusive dans les espaces naturels sensibles, notamment en forêt.
- S'appuyer sur les capacités d'accueil et d'adaptation des sites du Parc.
- Favoriser la diversité des formes de handicap prises en compte (sensoriels, moteurs, cognitifs...).

Pistes d'actions identifiées :

Construction avec l'ONF et les propriétaires publics :

- Identifier les sites forestiers à potentiel inclusif.
- Mobiliser des financements pour adapter ces lieux (chemins, signalétique, équipements légers).
- Organiser l'entretien et l'animation (guides nature formés, associations locales).

Des offres sans suréquipement mais accompagnées :

- Développer des parcours nature guidés accessibles sans aménagement lourd, mais encadrés par des professionnels sensibilisés.
- Privilégier une expérience sensorielle (écoute, toucher, odorat) pour construire des activités immersives.

S'inspirer d'expériences existantes :

- Prendre contact avec des Parcs naturels régionaux expérimentés, comme le PNR des Vosges du Nord.
- Favoriser les retours d'expérience, les outils mutualisés et les formations croisées.

Une offre lisible et bien communiquée :

- Créer une carte des sites accessibles.
- Intégrer cette offre dans les canaux de communication du Parc et de ses partenaires.
- Proposer des animations inclusives ciblées à certaines périodes de l'année (vacances scolaires, temps forts...).

Objectif à terme : Faire du PnrL un territoire pionnier de l'inclusion touristique en milieux naturels, en misant sur des sites adaptés, animés et porteurs de sens, et en rendant visibles ces offres auprès de tous les publics

Bilan évaluatif sur la période 2015-2024

➤ Faire connaître et sensibiliser au patrimoine géologique du Parc

- Valoriser les géosites remarquables.
- Intégrer le patrimoine géologique dans les offres touristiques.

Niveau d'adhésion des participants selon les priorités (gommettes positionnées/priorité)

NB : Chaque participant à l'atelier était invité à positionner 3 gommettes sur les priorités les plus essentielles

Priorités	Nombre de gommettes	Niveau d'adhésion
Structurer et promouvoir les activités de pleine nature en lien avec les enjeux environnementaux	8	Très forte adhésion ✓✓✓✓
Promouvoir la Destination Parc	2	Adhésion modérée ✓
Renforcer les échanges autour d'un tourisme sans barrière	4	Bonne adhésion ✓✓
Professionaliser les guides accompagnateurs	3	Adhésion Moyenne ✓
Favoriser les offres de slow tourisme et d'expériences itinérantes	4	Bonne adhésion ✓✓
Faire connaître et sensibiliser au patrimoine géologique	0	Pas de priorité exprimée ✗