

**Note de Synthèse sur la valorisation du tourisme vert
pour le développement d'un tourisme durable
dans le Golfe de Saint-Tropez / Pays des Maures**



1- Les 4 piliers du tourisme durable sur notre territoire :

***le tourisme balnéaire** (patrimoine littoral, stations balnéaires, activités et loisirs nautiques) ;

***le tourisme de découverte du patrimoine** (vestiges, patrimoine bâti ancien ou contemporain, musées, édifices religieux...) ;

***le tourisme vert** (cf. développement dans les paragraphes ci après) ;

***l'évènementiel** (les principales animations proposées sur les communes).

2- Approche d'une définition du tourisme vert :

Le tourisme vert se caractérise par l'ensemble des pratiques et comportements des visiteurs, dès lors qu'ils souhaitent découvrir un territoire authentique et son offre de pleine nature ou sortir du cadre de l'offre balnéaire.

3- La demande de tourisme vert sur notre territoire :

Elle est parfaitement identifiée par de nombreuses études et enquêtes ; 85% des demandes liées au tourisme vert correspondent aux pratiques suivantes :

-demande d'itinéraires qui conduisent en voiture à un environnement naturel préservé et mis en valeur, dans un périmètre de moins de 50 km autour du lieu de résidence, avec une durée d'excursion variant d'une demi-journée à la journée (dans 80% des cas) ;

-demande de sentiers balisés à découvrir à pied (60% des demandes), à vélo (30%), à cheval ou via d'autres moyens de locomotions (10%) ;

-demande de circuits de découverte des villages provençaux, monuments et musées, mais dans un environnement de pleine nature (on voit ici que cette demande se confond souvent avec le tourisme de découverte du patrimoine) ;

-demande de découverte œnologique et de balades viticoles ;

-demande de découverte de produits du terroir (marchés provençaux, producteurs, restaurants typiques, agrotourisme...) **et d'artisanat local** (fabriques, achats de produits régionaux, de souvenirs, de cadeaux) ;

-demande de participation à des fêtes traditionnelles votives ou à des évènements sportifs spécifiques (fêtes de la châtaigne ; course de l'Épervier ; raid aventure...)

-demande de bases de loisirs organisées (du type « arbres et aventures », parcs aquatiques, bases VTT avec topoguides et location de matériel, centres équestres, parcs animaliers...);

-à un degré moindre, demande d'activités et stages encadrés (balades nature accompagnées, stages de ressourcement, de cuisine, de jardinage...);

-demande d'hébergement en pleine nature ou dans un village authentique (gîtes, chambres d'hôtes, hôtellerie de plein air, campings à la ferme...);

-demande de découverte de points de vue / panoramas, de tables d'orientation; d'une signalétique d'information adaptée sur les lieux sensibles;

-demande de découverte des parcs et jardins.

4- Les caractéristiques essentielles de notre offre de tourisme vert :

***Un capital « nature » exceptionnel et préservé, mais peu ouvert à la demande touristique, du fait de contraintes liées :**

-au risque incendie ;

-aux problèmes de gestion du foncier : maîtrise foncière, règlement d'urbanisme, conventions d'autorisation de passage ;

-à une absence de base de loisirs «nature» et de parc animaliers.

Le tout pouvant parfois entraîner une fréquentation anarchique de l'espace naturel du territoire, subie (car la demande est forte), mais non maîtrisée, car non organisée.

***Un patrimoine bâti et des vestiges d'une qualité remarquable, avec un travail de mise en valeur qui s'accélère**, sous l'égide des communes et de la mission patrimoine du SIVU.

***Un déséquilibre dans l'implantation des hébergements touristiques sur le territoire au profit du littoral, mais un socle de prestataires économiques et touristiques qui permet cependant une valorisation immédiate du tourisme vert dans pratiquement toutes les communes concernées.**

Soit :

-21% des hébergements installés en zone rurale ;

-30% des prestataires de loisirs culturels ;

-21% des restaurants ;

-20% des prestataires de loisirs sportifs ;

-70% des caves vinicoles ;

-50% des producteurs de produits du terroir ;

-30% du total des animations présentées dans les communes ;

-le constat, à contrario, d'une faible revitalisation des filières économiques traditionnelles dans l'intérieur des terres.

5-Les actions réalisées pour soutenir le tourisme vert sur le territoire

Afin de répondre aux demandes liées au tourisme vert (détaillées dans le & 3), le SIVU, les communes et la Maison du Tourisme ont mis en place les actions de valorisation suivantes, seuls ou en partenariat (Conseil Général, structures associatives ou privées...) :

***Sur le plan des éditions d'information :**

-Journal Découverte : 50% du document est consacré au tourisme vert et à la découverte patrimoniale du proche arrière pays ;

-Carte sentiers : 75% du document ;

-Carte touristique : 75% des circuits font découvrir le Pays des Maures ;

-Guide Amusez-Vous : 40% des produits présentés sont liées au tourisme vert ;

-Programmes d'animations et guide week-ends bonheur : 30% du contenu ;

-Guide pratique et guide séjours : 23% du contenu (ce qui correspond à l'exacte répartition de l'implantation des prestataires sur le territoire).

***Sur Internet :**

-50% du site d'information intercommunal www.visitgolfe.com est consacré au tourisme vert ou à la découverte patrimoniale de l'arrière pays (3000 pages écran) ;

-25% du site de réservation intercommunal www.resagolfe.com est consacré à la présentation et à la commercialisation de prestataires qui entrent dans la définition du tourisme vert (soit 250 pages écrans) ;

-De nombreux liens sont mis en place vers des sites partenaires, [sur la première page des sites Internet de toutes les communes du Golfe](#), sur les sites du [Département](#), de la Région, sur le serveur national [AllinFrance](#), [sur Gallimard](#), sur [week-end Provence](#)...

***Création de circuits et itinéraires avec les communes :**

-Circuits routiers : [création de 4 itinéraires de découverte du Pays des Maures en voiture](#) ; intégration des pistes cyclables sur le document 2010.

-Présentation individualisée et détaillée de [chaque commune rurale](#) ou typique sur tous nos supports.

-Sentiers : [53 sentiers balisés](#) existent aujourd'hui sur le territoire, dont 75% directement liés à la pleine nature ;

-Balades « nature » commentées : promotion des [180 départs par an](#) ;

-Balade viticoles : [création de la route des vins](#) regroupant 28 des 33 caves du Golfe et participation active à la constitution de la base de donnée départementale ;

-Patrimoine : [création du circuit médiéval](#) et présentation de tous les monuments et vestiges du passé (d'intérêts touristiques) sur tous nos supports d'information ; création d'une rubrique « [sites mégalithiques](#) » sur tous nos supports ;

-Création d'une rubrique « [parcs et jardins](#) », sur tous nos supports.

***Base de données :**

-Photothèque : [40% des 15.000 clichés disponibles portent sur l'arrière pays](#) et sont mis à disposition gratuitement des 12 communes et de leurs Offices de Tourisme ;

-Vidéo : [50% du film officiel du Golfe de Saint-Tropez /Pays des Maures](#) est consacré à l'arrière pays, soit 140 lieux de prises de vues ;

-Textes : [40% de tous les textes](#) rédigés par nos structures sont consacrés au Pays des Maures soit 600 pages rédigées et traduites sur tous nos supports.

***Soutien aux évènements qui se déroulent dans le proche arrière pays :**

-mise à disposition du [moteur de recherche des animations](#) sur Internet (30% des animations présentées se tiennent en zone rurale), **sur tous les sites institutionnels, sur les sites des prestataires privés** qui le demandent et **pour les médias**. Présentation de ces animations également sur le **guide des animations**.

***Soutien aux producteurs du terroir et à l'artisanat local :**

-Présentation détaillée de leur [offre dans tous les supports intercommunaux](#), et présentation de ces derniers sur toutes les manifestations extérieures (participation à 175 salons depuis l'ouverture - 50% en France et 50% à l'étranger) ;

-2 opérations d'accueil des producteurs locaux réalisées à la Maison du Tourisme ;

-Création de la rubrique «[marchés](#)», sur tous nos supports.

***Soutien aux hébergements touristiques et aux prestataires situés en zone rurale :**

-Les [prestataires implantés dans l'arrière pays](#) sont tous présentés d'une façon exhaustive et équitable sur nos supports d'information ;

-46 [prestataires implantés sur l'espace rural](#) sont également partenaires de la Centrale de Réservation et bénéficient de toutes ses actions.

***Accueils de la presse et des médias :**

40% des retombées presse et guides touristiques obtenues par les organismes intercommunaux du tourisme concerne le Pays des Maures.

***Etudes prospectives déjà réalisées sur le territoire :**

-La Charte forestière de Territoire (COFOR) et Etude du Territoire des Maures par le Conseil Régional ;

-Le Contrat de Rivière (Syndicat de la Giscle) avec propositions d'itinéraires : fiches techniques ;

-L'analyse des forces et faiblesses du Tourisme dans le Golfe de Saint-Tropez /Pays des Maures (par le SIVU et Maison du Tourisme) propose des actions à engager en territoire rural afin d'améliorer l'attractivité de notre offre de tourisme vert, mais c'est à chaque commune de réaliser la partie qui l'intéresse, puisque ce sont ces dernières qui ont la compétence en matière d'aménagement du territoire.

***Mesures de protection environnementales et labellisations :**

-**Documents d'urbanisme** : réserves foncières, acquisition par le Conservatoire du Littoral, Conseil Général, EBC... ;

-**Projet de Parc Naturel Régional** ;

-**Labels stations vertes, famille plus...** sous réserve de correspondre à des critères spécifiques.

***Méthodologie préalable pour faire progresser les dossiers :**

-**Inventaire du foncier (SIG)** ;

-**Réserves foncières au PLU** ;

-**Règlement droit d'urbanisme.**

***Rôle du SIVU du Golfe de Saint-Tropez et du Pays des Maures : le conseil et l'ingénierie :**

-**Synthèse des études** ;

-**Appui technique** : APS...;

-**Partenariat avec les institutionnels** : Conseil Général, Conservatoire du Littoral, Conseil Régional...

***Rôle de la Maison du Tourisme :**

-**Améliorer la visibilité de l'offre de tourisme vert**, par tous les moyens d'information et de promotion disponibles ;

-**Aide à la commercialisation**, par tous moyens (édition – promotion- Internet) dès que l'offre est qualifiée

Bien à vous

Emmanuel BERTRAND
Directeur



Nadine SALVATICO
Présidente