



SCHÉMA DES ACTIVITÉS OUTDOOR

provence
alpes agglo

2023-2026

PRÉAMBULE	3
DIAGNOSTIC	4
STRATÉGIE	37
PLAN D'ACTIONS	41
AXE 1 : VALORISER LA POLITIQUE OUTDOOR PAA ET DÉVELOPPER LA PRATIQUE DES HABITANTS DU TERRITOIRE	42
Action 1 : Décliner un marqueur de la politique de l'agglomération en matière d'APN	43
Action 2 : Promouvoir l'offre en activité de pleine nature de l'agglomération	45
Action 3 : Soutenir la pratique des habitants.....	47
AXE 2 : DÉVELOPPER DES SÉJOURS TOURISTIQUES DÉDIÉS AUX SPORTS DE NATURE	48
Action 4 : Animer un réseau des acteurs socioprofessionnels.....	49
Action 5 : Accompagner / qualifier les évènementiels outdoor du territoire	50
Action 6 : Diversifier l'offre hivernale pour satisfaire une clientèle de non-skieurs en station.....	51
Action 7 : Poursuivre la communication et la commercialisation de produits outdoor	52
AXE 3 : ADAPTER L'OFFRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES PRATIQUANTS	53
Action 8 : Structurer l'offre autour de Stations et Spots d'activités outdoor	54
Action 9 : Développer une offre de découverte par l'itinérance de l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence55	55
Action 10 : Repositionner / développer des produits vers un public moins sportifs	56
Action 11 : Qualifier l'accueil sur les sites de pratique et les itinéraires de l'agglomération	57
AXE 4 : PASSER DU TERRAIN DE JEU AU BIEN COMMUN ET PARTAGÉ	58
Action 12 : Avoir une approche vertueuse dans les aménagements et les évènementiels.....	59
Action 13 : Sensibiliser les pratiquants aux enjeux environnementaux et à la conciliation des usages en milieu naturel	60
Action 14 : Observer, quantifier, évaluer la fréquentation	61
SYNTHÈSE DES ACTIONS	62

PRÉAMBULE

Provence Alpes Agglomération dispose d'une offre dense et très diversifiée d'activités de pleine nature. Celles-ci se répartissent sur l'ensemble du territoire avec une grande diversité de paysages et de reliefs selon les secteurs traversés.

A ce titre, les activités outdoor ont été identifiées comme étant un élément stratégique pour Provence Alpes Agglomération et figurent parmi les 4 filières d'excellence de sa stratégie touristique.

C'est pourquoi Provence Alpes Agglomération a souhaité définir une stratégie de développement des activités outdoor pour son territoire, portée par la communauté d'agglomération, en lien avec son office de tourisme communautaire et de nombreux partenaires (Région, Département, UNESCO Geoparc de Haute-Provence, ONF, PNR Verdon, Office de tourisme de Moustiers Sainte-Marie, Fédérations et comités d'activités de pleine nature, prestataires privés...).

La stratégie de développement des activités outdoor a pour but :

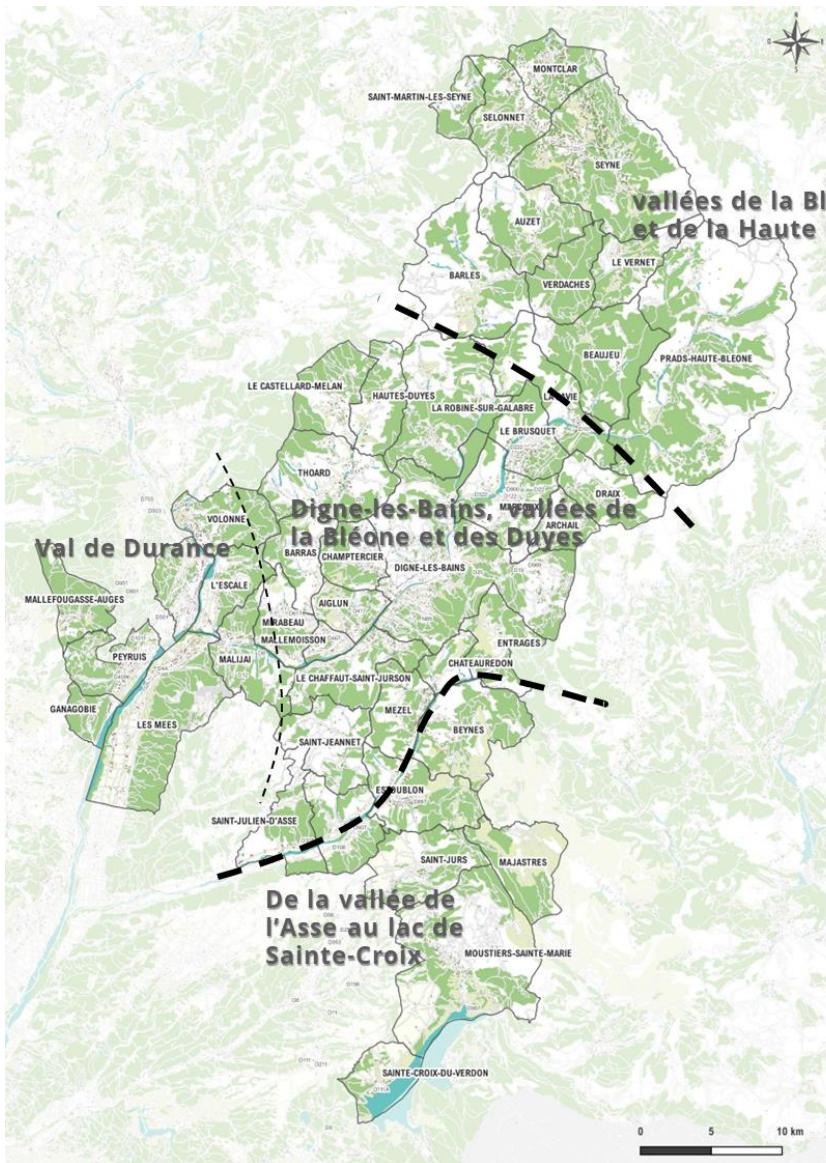
- de planifier le développement des activités de pleine nature de compétence communautaire à moyen et long terme en cohérence avec les politiques de la collectivité (stratégie touristique, territoire pleine santé, plan gestion UNESCO GEOPARC...), départementales (PDIPR – PDESI), régionales et nationales. Ce document sera une véritable feuille de route en matière de développement des activités outdoor pour la collectivité.
- de disposer d'un cadre de référence permettant d'orienter les initiatives en matière de développement des activités de pleine nature.
- de positionner le territoire comme une véritable destination outdoor (ou plusieurs, selon la configuration du territoire) auprès des pratiquants.
- de mieux répondre aux attentes des clientèles actuelles et potentielles en considérant les nouvelles tendances.

Ce projet doit permettre de définir un positionnement pour le territoire à partir d'une image fédératrice, dynamique, en adéquation avec l'offre locale. Ce positionnement doit tenir compte de l'évolution de l'offre et de l'attractivité du territoire, mais également de l'évolution des tendances, des nouvelles pratiques, du contexte économique, social et de la concurrence.

DIAGNOSTIC

LE CONTEXTE

LE CONTEXTE TERRITORIAL



Le territoire de Provence Alpes Agglomération, structuré autour du chef-lieu du département (Digne-les-Bains), est composé de villages et petites villes. Il recense 47 300 habitants dont 16246 habitants sur Digne-les-Bains.

D'une superficie de 1574 km², il s'agit en superficie de la plus grande communauté d'agglomération de la Région PACA (23% de la superficie du territoire du département).

Le territoire se compose de trois espaces géographiques aux caractéristiques distinctes :

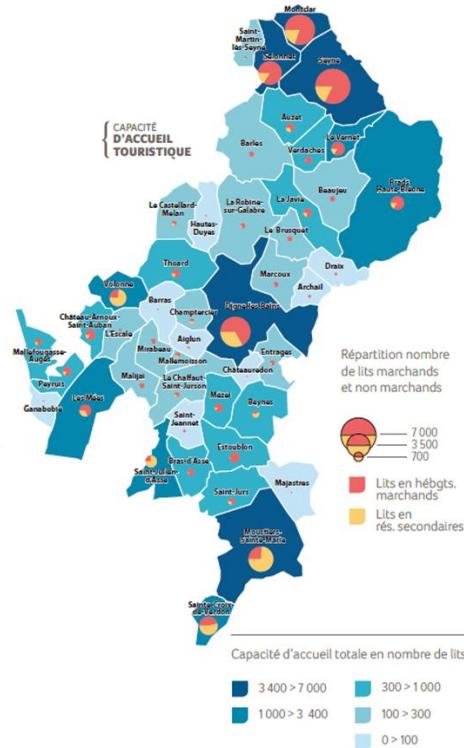
- La zone montagnarde au nord (vallées de la Blanche et de la Haute Bléone)
- Le Val de Durance et la zone centrale autour de Digne-les-Bains, vallées de la Bléone et des Duyes
- La zone sud provençale de la vallée de l'Asse au lac de Sainte-Croix

L'agglomération est traversée à l'Ouest par l'autoroute A51 qui permet de connecter les communes de la vallée de la Durance aux grands pôles extérieurs du territoire. Digne-les-Bains, ville centre de la communauté d'agglomération, est à 1 heure d'Aix-en-Provence, à 1h10 de Gap et 1h30 de Marseille. Provence-Alpes Agglomération est également une des portes d'entrée majeure vers les territoires alpins depuis le sud de la France. Pour autant, à l'exception du Val de Durance, le reste du territoire est relativement enclavé. La superficie de l'agglomération et sa topographie engendrent un important rapport temps-distance parcourue à l'intérieur du territoire.

CONTEXTE TOURISTIQUE

6% des emplois du territoire sont liés à l'activité touristique. On estime à 114,5 millions d'euros la consommation touristique annuelle générée par les touristes en séjour sur le territoire.

La capacité d'accueil est limitée en hébergements marchands, à l'exception de l'hôtellerie de plein air. L'offre en lits touristiques est concentrée sur Digne-les-Bains, les stations de montagne et Moustiers-Sainte-Marie.



source « portrait de territoire PAA »

La répartition des nuitées par saison marque **l'importance de la saison estivale** sur le territoire (45% des nuitées) **et des inter-saisons** (printemps : 24%, automne : 18%). La fréquentation hivernale (13%) est plus marquée sur les stations de montagne.

Près de 1,9 millions de nuitées touristiques en 2021 sont évaluées sur ce territoire (19% des nuitées départementales)

- Selon deux sondages (Odoxa concernant les vacances 2022 et les chiffres clés du tourisme AURA), **un français sur deux souhaite pratiquer au moins une activité sportive et de plein air** (Surf, randonnée, promenade à vélo, pêche, kayak...) **au cours de son séjour touristique**.
- En considérant la durée moyenne de séjours sur le territoire à 5,6 jours, on peut estimer à 340 000,

le nombre de séjours touristiques soit au moins **170 000 sorties sports de nature réalisées par des touristes sur le territoire chaque année**

La clientèle régionale française est particulièrement présente sur le territoire tout comme les **excursionnistes qui représentent près de 3,1 millions d'excursions** soit plus **d'1 millions de sortie dédiées aux pratiques outdoor** (en attribuant 1/3 des excursions à une pratique d'activités de pleine nature).

Le territoire est organisé autour :

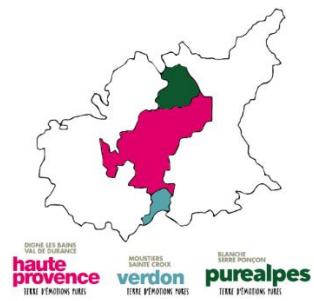
- d'un office de tourisme de pôle « Provence Alpes Digne-les-Bains Tourisme »
- de plusieurs bureaux d'information touristiques (Château-Arnoux, Les Mées, Sainte-Croix-du-Verdon, Seyne-les-Alpes, Montclar)
- d'un office de tourisme indépendant Moustiers-Sainte-Marie (village classé station de tourisme).

PAA est une construction administrative, née de la réforme territoriale, avant d'être une destination touristique. Pour autant, l'offre du territoire répond aux aspirations actuelles des consommateurs (nature, santé, sens, authenticité, circuits courts, etc.). Le schéma du tourisme 2019 – 2025 a fait ressortir **4 filières d'excellence**

- Montagne, sports et activités de pleine nature.
- Tourisme de « pleine santé », incluant le thermalisme, la remise en forme, le bien-être et le bien vieillir.
- Écotourisme, dont le géotourisme avec l'UNESCO Géoparc.
- Art et culture.

Plutôt que de calquer son positionnement de destination sur son périmètre administratif, Provence Alpes Agglo a fait le choix de structurer son territoire autour de **3 marques de Destinations partageant le territoire en 3 espaces touristiquement cohérents** :

- Des points de repère identitaires : Haute-Provence, Verdon, Pure Alpes
- Une signature commune : « Terre d'émotions pures »



LA COMPÉTENCE OUTDOOR DE PROVENCE ALPES AGGLOMÉRATION

Au titre de la compétence obligatoire
« développement économique », la communauté d'agglomération a créé un office de tourisme communautaire en charge de la promotion du tourisme et des activités outdoor.

Au-delà de la promotion du tourisme, Provence Alpes Agglomération porte différents projets et assure la gestion d'équipements touristiques identifiés parmi ses **compétences additionnelles**. Provence Alpes Agglomération est ainsi chargé de l'entretien et de la gestion des équipements touristiques suivants :

- Les Thermes de Digne les Bains,
- Les équipements du géotourisme : UNESCO Géoparc de Haute Provence, Musée promenade,
- La retenue de l'Escale,
- Les équipements d'accueil de la plate-forme vélivole de Saint-Auban,
- La via ferrata de Digne-les-Bains,
- Les structures d'accueil : gîtes de séjour du projet Retrouvance : Auzet, Barles, Selonnet et le gîte d'étape des Sièyes,
- La Maison de Pays de Mallemoisson et les bistrots de pays de la Robine-sur-Galabre et Marcoux,
- Les espaces touristiques du col du Fanget,
- Les équipements du col de Fontbelle.
- Les sentiers de randonnée figurant au PDIPR

Zoom sur l'entretien des chemins inscrits au PDIPR

Au titre de la compétence « sentier », PAA intervient sur la structuration de l'offre randonnée pédestre, équestre, VTT, trail.

- Entretien quotidien : balisage, signalétique, entretien des chemins, débroussaillement, terrassement, escaliers, murets, passerelles...
- Moyen humain : 2 équipes de terrain (7 agents)
- Moyen financier : 50 000 €/an (financé à 50% par le Département via le PDIPR)
- Moyen évaluation : 7 « écocompteurs » pour des données quantitatives, 1 agent pour le suivi qualité

Retenue de l'Escale (Passerelle de Haute-Provence et sentier d'interprétation)



Via Ferrata de Digne-les-Bains



Source Photo – office de tourisme



LA PRATIQUE DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE DES FRANÇAIS

Le schéma des activités outdoor s'inscrit dans un contexte de demandes croissantes en activités de pleine nature à pratiquer autant par les touristes que par les habitants du territoire.

Les sports de nature, une pratique de masse

- 65% des Français de 15 ans et plus ont pratiqué une activité physique ou sportive (au moins une fois dans l'année).
- 77% des sportifs ont pratiqué au moins un sport ou loisir de nature.
- **37% des Français sont des pratiquants réguliers d'activités en extérieur** (« outdoor »), avec une pratique **au minimum hebdomadaire** soit près de 13 000 pratiquants réguliers sur le territoire de l'agglomération soit **un minimum 676 000 sorties par an**.

Chaque année, on peut estimer près de 2 000 000 de sorties liées à une pratique outdoor sur le territoire (en additionnant la pratique des touristes, des habitants et des excursionnistes).

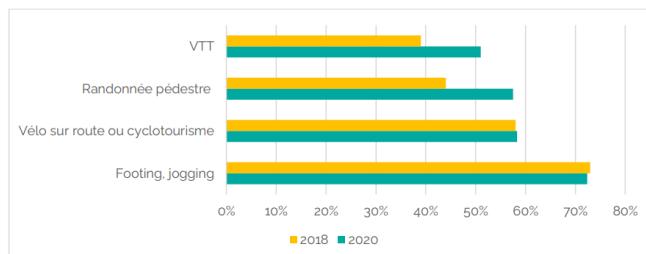
Les sports de nature les plus pratiqués chez les 15 ans et plus :

- la randonnée (25%)
- la course à pied (16%)
- le vélo de route (9%)
- le VTT (8%)

1/3 des demandes en activités et loisirs aux guichets des points d'accueil touristiques Provence Alpes Agglomération concernent la randonnée, ce qui en fait l'activité hors neige la plus plébiscitée.

Une pratique très largement autonome, sans club ni accompagnement.

GRAPHIQUE 3. PART DE PRATIQUANTS RÉGULIERS (AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE) PARMI L'ENSEMBLE DES PRATIQUANTS, POUR LES PRINCIPAUX SPORTS DE NATURE



Source : Baromètre national des pratiques sportives INJEP-CREDOC.

Champ : résidents de 15 ans et plus. France entière.

Note de lecture: en 2020, 72 % des pratiquants de footing étaient des pratiquants réguliers (au moins une fois par semaine).

Les sports de nature, une pratique de masse qui progresse depuis le COVID

- 53% des Français pratiquent une activité sportive l'été.
- L'envie de pratiquer une activité outdoor (sportive, de loisir, familiale...) progresse.
- Nager, marcher et tester de nouvelles activités : voilà ce que souhaitent les Français en vacances !

A la mer comme à la montagne, le sport est devenu un critère pour choisir ses vacances.

- 38% des Français choisissent également leur lieu de villégiature en fonction des activités sportives proposées à proximité.

Les tendances

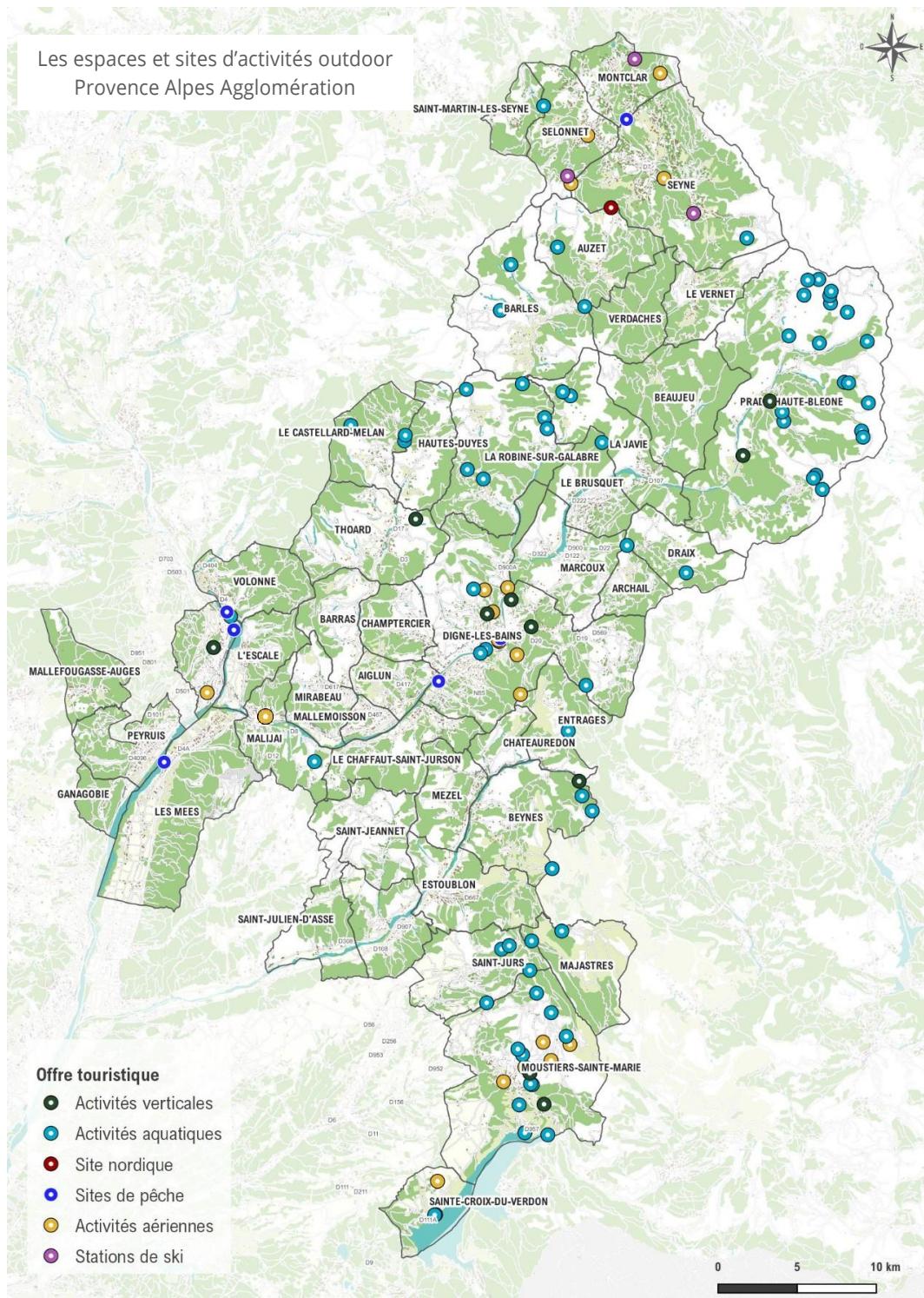
- Les vacances décarbonées comme critère de choix de destination / une pratique de proximité accrue.
- Un nouveau public plus familial, en recherche d'activités plus récréatives, plus thématiques et plus sécurisées.
- Evasion, échappatoire, développement du bivouac, d'une nuit en refuge, du bike packing ...
- Bien-être : Thermalisme et activités sportives, sport santé.

Le réchauffement climatique sur les activités outdoor : des effets déjà ressentis

- Attraction des zones de montagne et arrivée de nouveaux pratiquants recherchant la fraîcheur n'ayant pas nécessairement les codes de comportement en espace naturel.
- Evolution de la saisonnalité des pratiques.
- Baisse de l'activité estivale en pleine journée.
- Gestion des flux, risque de surfréquentation / concentration de flux (actuellement à Moustiers-Sainte-Marie) et report de fréquentation sur certains secteurs de montagne à faible capacité de charge.
- Fragilité des milieux entraînant des restrictions d'accès (lacs et rivières par manque d'eau / qualité de l'eau, risque d'incendie en forêt, dégradation des chemins, éboulement, ravinement...).
- Gestion en temps réel des prestataires et opérateurs pour s'adapter à la demande, aux conditions.

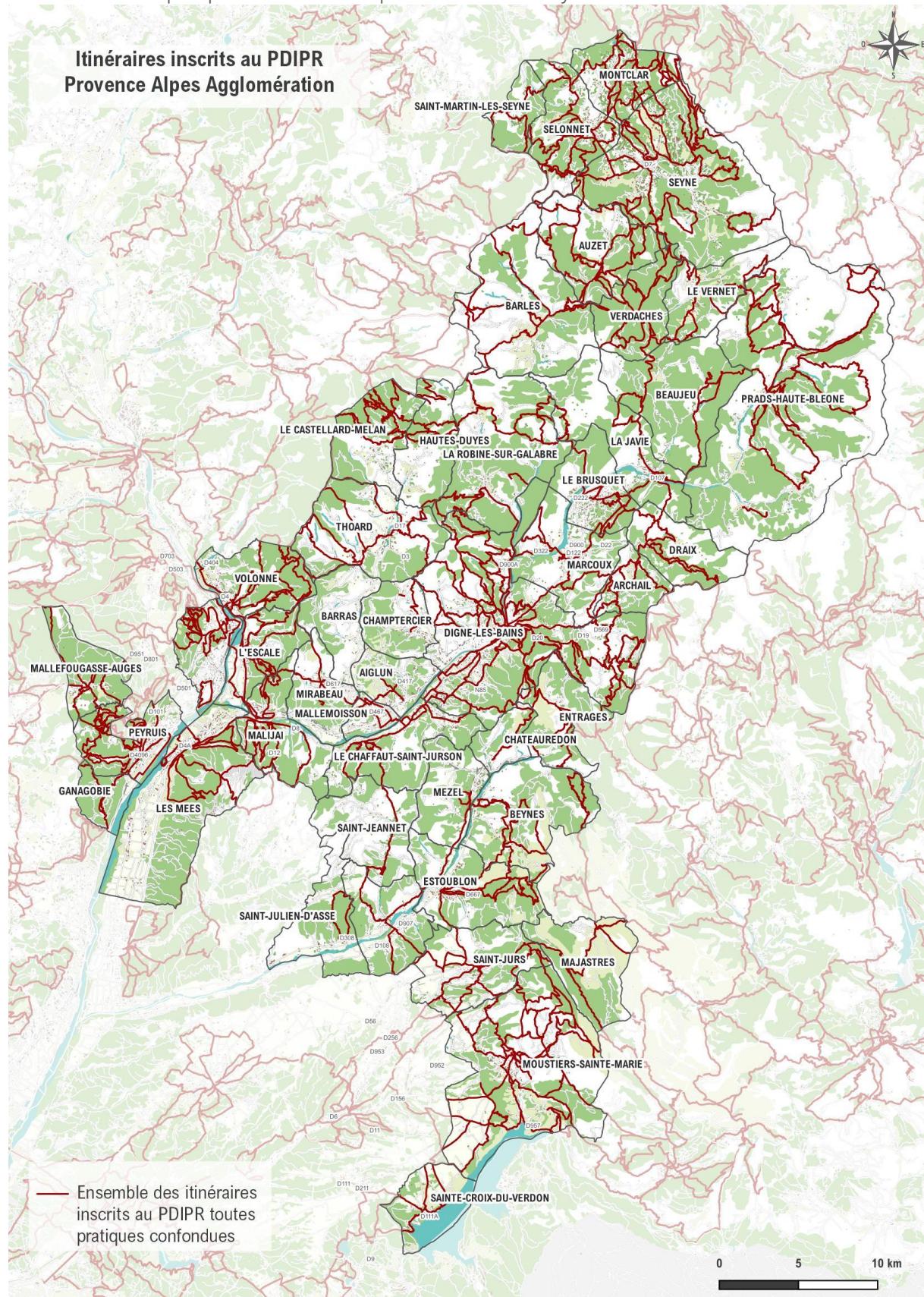
DIAGNOSTIC DE L'OFFRE

Le territoire de Provence Alpes Agglomération offre un terrain naturel d'exception propice à toutes les activités de pleine nature, sur terre, dans les airs comme sur l'eau.



Source – Provence Alpes Agglomération

Dans les activités aquatiques sont inventoriés plus de 60 sites de canyonisme.

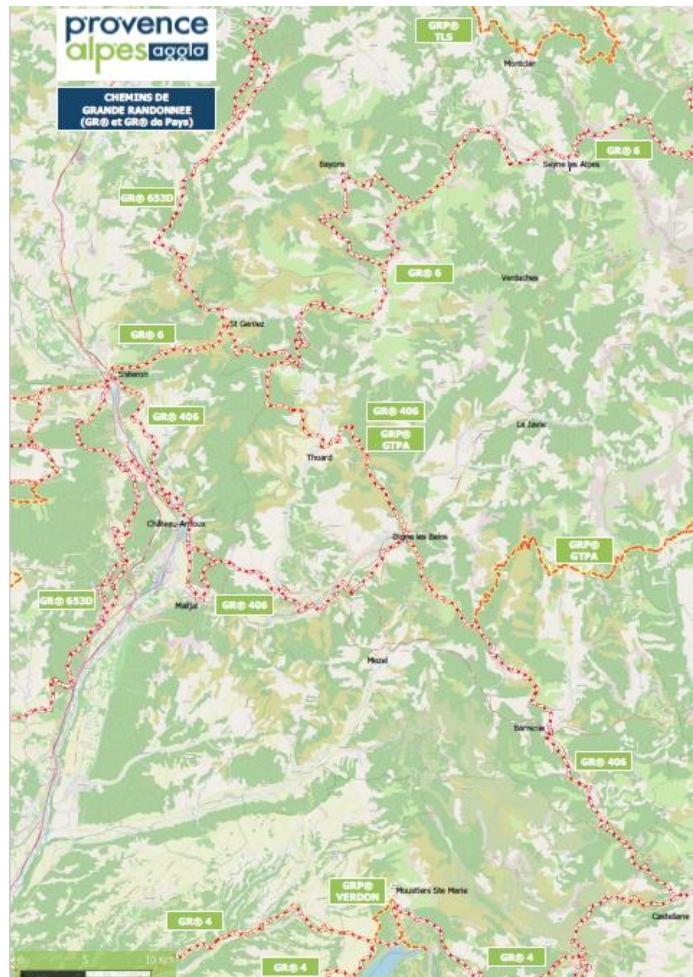


Source – Provence Alpes Agglomération

L'OFFRE RANDONNÉE PÉDESTRE

L'offre

- 150 itinéraires pédestres répartis sur l'intégralité du territoire.
 - 1700 km de sentiers de randonnée balisés inscrits au PDIPR.
 - 8 chemins de Grande Randonnée (GR®)
 - Grande Traversée des Préalpes (GRP®) : Digne-les-Bains – Annot
 - La Routo (GR®69), dans les pas de la Transhumance, nouvel itinéraire (zoom page suivante)
 - GR®406 Route Napoléon
 - GR®6 Massif de Monges
 - GR®653D itinéraire Compostelle, sur la partie Durance
 - GR®4 du Verdon
 - Tour du Verdon en 5 jours (GRP® TDV) : le Tour du lac de Sainte-Croix
 - Au nord GRP® Tour du lac de Serre-Ponçon
 - Le chemin d'art (zoom page suivante).
 - Le gîte d'étapes de Digne-les-Bains (25 lits géré par PAA) et plusieurs gites privés.
 - Le produit Retrouvance, sur le massif des Monges avec 2 gîtes gérés par PAA.
 - Un refuge de haute montagne l'Estrop-30 lits propriété de la commune et gestion privée par DSP.



Les outils de communication

- 8 cartes rando sectorielles éditées par l'office de tourisme. 680 cartes vendues en 2022 par l'office de tourisme de Digne-les-Bains.
 - 1 carte IGN sur le produit itinérant pédestre des refuges d'art.
 - Des topoguides concernant les grandes itinérances de la FFR.

- 73% Alpes de Haute-Provence (40% Digne-les-Bains), 15% PACA
- Budget 20 000 €, financé 90% PAA, 10% Département
- Nouvelle dynamique en 2022 avec une ouverture à de nouvelles pratiques et une approche thématique chaque année (2022 sur le thème de l'eau)

Commercialisation

- 12 accompagnateurs de moyenne montagne référencés par l'office de tourisme.
 - Le produit Retrouvance, sur le massif des Monges commercialisé par l'Agence Grand Angle.

L'évènementiel

- La fête de la randonnée organisée par PAA, environ 600 personnes, 40 randonnées, 70 formules week-end

Zoom sur les refuges d'art

Andy Goldsworthy est une des figures reconnues du Land Art. Invité en résidence par le Musée Gassendi et la Réserve Naturelle Géologique de Haute Provence à la fin des années 1990, Andy Goldsworthy tombe amoureux du territoire Dignois et créé ses « Sentinelles » et « Refuges d'Art ». Son œuvre Refuge d'Art est un itinéraire de randonnées jalonné d'anciennes bâtisses restaurées (chapelle, fermes...) à l'intérieur desquelles l'artiste a créé une oeuvre. Cette randonnée s'étend sur 150 km et traverse des paysages incroyables. Ce parcours peut être réalisé

en 10 jours de marche (carte IGN en vente à l'Office de Tourisme).

- Un produit identitaire, unique, rattaché au Géoparc.
- Les refuges d'art, une gestion communale des hébergements, difficulté d'entretien par le personnel communal.
- Une offre en itinérance inadaptée aux randonneurs ciblés (approche plus culturelle que sportive).
- Produit plus adapté à une montée au refuge à la journée ou pour une nuit en visite libre ou accompagnée.

Distance : 146,3 km **Niveau :** Bons marcheurs

Durée : 8 à 10 jours **Balisage :** GR (blanc et rouge) ou PR (jaune)

Étape	Départ	Arrivée	Distance	Durée	Dénivelé		Refuges & Sentinelles
					+	-	
1	Digne	Thoard	18,3 km	5h30	1334 m	1140 m	Refuge d'Art – Chapelle Ste-Madeleine
2	Thoard	La Forest	16,8 km	5h	1014 m	859 m	Refuge d'Art – La Forest
3	La Forest	Authon	11,8 km	4h	754 m	558 m	Sentinelle – Vallée du Vaucluse
4	Authon	Plateau de Chine	13,5 km	4h30	1115 m	556 m	
5	Plateau de Chine	Vieil Esclangon	14,3 km	4h	522 m	1159 m	Sentinelle – Vallée du Bès Refuge d'Art – Vieil Esclangon
6	Vieil Esclangon	Ferme Belon	19 km	6h	998 m	1094 m	
7	Ferme Belon	Tartonne	25,8 km	7h	870 m	600 m	Sentinelle - Vallée de l'Asse Refuge d'Art - Bains thermaux
8	Tartonne	Digne	27 km	6h30	1361 m	1721 m	



Zoom sur la Routo - GR®69

La Routo, un itinéraire transfrontalier reliant la plaine de la Crau (Bouches du Rhône) à la vallée de la Stura (Italie), sur les traces des troupeaux ovins qui pratiquaient la grande transhumance estivale. Il s'agit d'un itinéraire pédestre avec des tronçons adaptés aux pratiques équestres, VTT et VTTAE homologué en sentier de Grande Randonnée GR®69 par la Fédération Française de Randonnée Pédestre.

- 540 sur les chemins de transhumance
- 252 km dans les Alpes de Haute Provence
- - 6 étapes sur le territoire PAA de Saint-Jurs à Seyne-les-Alpes

Un programme de coopération LEADER dédié à la mise en tourisme de cet itinéraire de grande randonnée est prévu.

L'office de tourisme est impliqué dans la mise en tourisme de l'itinéraire :

- accompagnement relations Presse : élaboration d'un dossier de presse et de communiqués de presse dédiés + organisation d'un voyage de presse thématique
- éductours : sensibilisation des acteurs à l'itinéraire

La Routo, un produit identitaire traversant l'intégralité du territoire particulièrement marqué par l'activité pastorale.

L'itinéraire La Routo sur le territoire PAA

Carte FFR



SYNTHESE DE L'OFFRE RANDONNÉE PÉDESTRE

ATOUTS

- Offre développée et entretenue.
- Une offre variée entre promenade et randonnée, balades accompagnées.
- Nouvel itinéraire La Routo.
- Des prestataires proposant un accompagnement.
- Un gîte d'étapes en gestion PAA.

FAIBLESSES

- Une offre qui souffre de la concurrence de destinations phares de la randonnée situées à proximité.
- Pas de vue d'ensemble de l'offre PAA.
- Manque de lisibilité de l'offre randonnée qui n'est pas reliée aux 3 destinations mais aux vallées ou anciennes intercommunalités.
- Pas de produits commercialisés par les agences de voyage nationales et internationales.
- Manque de lien entre l'offre randonnée et le géoparc.
- Pas de valorisation numérique de l'offre à l'échelle P2A.

OPPORTUNITÉS

- Développer des itinéraires à vocation famille.
- Une attente accrue pour une offre expérientielle (refuge d'art, La Routo, géoparc, rando thématique accompagnée).
- Renouvellement label Géoparc en 2023.
- Adapter / valoriser des itinéraires ombre / fraîcheur.
- Développer des produits soirée / nocturne.

MENACES

- Un produit refuge d'art qui n'est pas adapté à la clientèle cible (difficulté des étapes, manque de service, d'hébergements ...).
- Le manque d'eau, d'ombre comme frein à la pratique de certains itinéraires.
- Une accessibilité souvent en voiture des départs de randonnée.

REÇU EN PREFECTURE

le 17/02/2023

Schéma des activités outdoor - 2023-2026

Application agréée E-legalite.com

21_RP-004-200067437-20230208-19_08022023

L'OFFRE VTT

L'offre

Provence Alpes Agglomération est l'un des plus vastes domaines VTT de France avec 2300 km de parcours VTT. Plus de 100 itinéraires balisés pour toutes les pratiques : randonnée, VTT électrique, X-Country, All Mountain, Enduro, Descente, Gravel, VTT nocturnes...

- Un double label national FFC et FFCT.
- 100 itinéraires VTT sur 4 secteurs (La Blanche, Digne, Val de Durance, Verdon).
- 3 parcours Gravel balisés.
- 4 bike-parks Montclar, Chabanon, Grand Puy et Evo Bike Park, classé par Red Bull parmi les 10 plus beaux bike park au monde (9 parcours).
- 3 grandes traversées
 - « Les Chemins du Soleil », 1000 km du Léman à la mer (en passant par Sisteron, le Val de Durance et Digne-les-Bains)
 - « L'Alpes Provence », 300 km des sommets alpins à la Provence (en passant par Seyne-les-Alpes, Digne-les-Bains et le Val de Durance)
 - TransVerdon, 260 km le long du lacs du Verdon
- Notoriété des terres noires (Eco-compteur : 4000 à 5000 VTTistes / an), zone de pratique différenciante et démarquant le territoire des offres concurrentes.
- Une pratique moins sportives possible sur le Val de Durance qui présente un relief plus doux.



Les services

- Plusieurs stations-services pour vélos ont été installées dans le département à Barles, Château-Arnoux-Saint-Auban, Digne-les-Bains, Montclar, Peyruis, Selonnet, Verdaches, Le Vernet, Le Grand Puy.
- Un service de transport de bagages via un prestataire (Best of Provence Tours) proposant un minibus 8 places offre et remorque VTT disponible 7 jours sur 7 et toute l'année.

Les outils de communication

- 4 cartes rando sectorielles éditées par l'office du tourisme (225 cartes vendues par l'office de tourisme de Digne-les-Bains).



Commercialisation

- 1843 séjours itinérants commercialisés par l'office du tourisme sur les 10 dernières années.
- Les grandes traversées sont commercialisées par les agences de voyages nationales.
- 8 produits commercialisés à l'office de tourisme.
- Une journée professionnelle rassemblant loueurs, guides VTT, clubs, prestataires du territoire de PAA (20 participants).
- Trip Terres Noires - Massif des Monges.
- 9 loueurs (3 Station Montclar, 1 Station Grand Puy, 3 loueurs Digne-les-Bains, Château-Arnoux-Saint-Auban, Volonne, 2 Moustiers-Sainte-Marie).
- 12 prestataires proposant un accompagnement.



L'évènementiel

L'Enduro VTT des Terres Noires (1er et 2 octobre 2022), 500 personnes :

- 77% des inscrits n'ont jamais participé à l'Enduro des Terres Noires.
- 40% des inscrits ne sont jamais venus dans le secteur.
- 80% n'ont jamais roulé sur l'Evo bike park.
- En moyenne plus de 55 départements.
- En moyenne 1,5 personne accompagne un participant sur un événement sportif soit 750 accompagnants et une fréquentation de plus de personnes sur le week-end.
- Entre 800 et 1200 nuitées (environ) en gîtes, hôtels et campings dans le pays dignois.
- Séjour moyen de 2 nuits pour l'Enduro des Terres Noires 2022, soit 1500 nuitées.
- Retombées économiques estimées (hors accompagnants) de plus de 60 000 € en 2022



Zoom Evo Bike Park Digne-les-Bains

- Gestion privée
- Classé dans les 10 premiers bike Park au monde
- 9 pistes
- Remontée par 2 camions équipés 15 places
- Journées bloquées à 40 participants (32 € / jour)
- Ouverture : à l'année
- Un pumprtrack, une piste de Dirt
- Location de vélos, kit de protection
- Une fréquentation d'environ 5000 VTTistes par an essentiellement en inter-saison



Zoom Bike Park de Chabanon-Selonnet

- 1 télésiège
- Ouverture : juillet - août
- 3 pistes de descente, 2 pistes enduro. Liaison enduro entre la station et le village
- Station de lavage dans la station
- Absence de loueur

- Une fréquentation très faible sur un bike-Park qui n'est plus entretenu

Zoom Bike Park de Montclar

- Ouvert depuis 2012
- Ouverture juillet / août et tous les week-ends de mai à octobre
- Plutôt orienté enduro faisant la part belle au pilotage
- 1 télésiège 6 places
- 7 pistes de descente (40,1 km)
- Un pumprtrack
- Un loueur VTT
- Station de lavage à disposition au départ du télésiège
- Une fréquentation estimée de 5000/6000 VTTistes essentiellement en inter-saison



Zoom Bike Park Grand Puy

- 5 pistes appréciées pour la conservation de leur caractère naturel
- 1 télésiège ouvert de juillet à septembre pour une pratique essentiellement pédestre.
- 5 pistes de descente, 1 parcours enduro sur les crêtes
- Location de VTT (Sport Confort)

- Station de lavage à disposition au départ du télésiège (actuellement fermée)

- Une fréquentation estimée de 500 à 1000 VTTistes

SYNTHESE DE L'OFFRE VTT

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Offre en itinéraires en quantité et en qualité. ▪ Une offre complète VTT cross-country et bikes Park (enduro, DH ...) avec l'EVO Bike Park comme locomotive. ▪ Une notoriété de destination VTT. ▪ 8 produits VTT vendus par l'office de tourisme. ▪ Un évènementiel de notoriété nationale identitaire du territoire. ▪ Une expertise « vélo » à l'antenne de l'office de tourisme de Château-Arnoux. ▪ Des prestataires proposant un accompagnement et transports de bagage. ▪ Des stations vélo réparties sur le territoire. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Une offre très typée sport et moins dimensionnée loisirs. ▪ Manque de location de VTTAE sur Digne-les-Bains. ▪ Pas de lieu de convivialité, de pôles permettant aux pratiquants de se retrouver, de s'informer. ▪ Pas de référence aux destinations touristiques sur les cartes VTT. ▪ Manque de lisibilité de l'offre du territoire dans son ensemble ne permettant pas de valoriser leur complémentarité (hormis sur le site VTT FFC et sur le site VTT des Alpes de Haute Provence). ▪ Manque de liens entre les différents acteurs de la filière.
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Une demande en itinéraire loisirs sur chemin, de parcours à profil descendant. ▪ Accroissement de la demande en VTTAE. ▪ Valoriser une offre 4 saisons. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Besoin d'un renouvellement permanent de l'offre ▪ Manque de complémentarité entre les bikes Park ▪ La pratique du VTT stigmatise les conflits d'usage.



L'OFFRE VÉLO SUR ROUTE

- Le territoire de la PAA est labelisé espace cylosport :
- 19 parcours vélos dont 5 parcours cyclotouristiques balisés par le Département (Tour du Blayeul, Tour de Fontbelle, Vallée de l'Asse, Grand Canyon, La Romaine).
 - 15 cols sur le territoire dont 7 cols jalonnés de bornes vélos (Col de Puimichel, Col d'Espinouse, Col du Pas de Bonnet, Col du Corobin, Col du Labouret, Col de Fontbelle, Col du Fanget).
 - La descente des Clues de Barles en vélo, un produit descendant répondant à une demande en vélo loisirs représentative de l'UNESCO Géoparc. 88 vélos / jour sur cet itinéraire en moyenne journalière.
 - 10 stations services / 7 points de recharge VAE.
 - 12 structures labélisées « Accueil Vélo ».

Nombre d'enregistrements STRAVA

les Cols du territoire comparés aux cols du Département ou aux plus fréquentés de France

Col	Total	2022
Col d'Espinouse	1590	396
Col de Puimichel	1567	407
Col du Corobin	1557	219
Col du Labouret	1529	321
Col de Fontbelle nord	1249	199
Col du Fanget sud	1425	302
Col de la Bonette	23841	3426
Col de Cayolle	16013	2406
Col d'Allos sud	5494	772
Mont Ventoux	130413	20860
Col du Galibier	80591	14134

Le schéma des véloroutes et voies vertes

- V62 / véloroute de la Durance : Itinéraire en cours, signalétique prévue 2024.
- V865 Véloroute des Pignes : un enjeu fort de connexion entre Digne-les-Bains et la Durance mais un projet à long terme mixant train léger et voie verte.

Les outils de communication

- Une carte vélo / gravel en 2022 a été éditée par l'office de tourisme.

Commercialisation

- 1 Séjour sur route de Château-Arnoux - Auzet - Moustiers-Sainte-Marie et 1 séjour Gravel de Moustiers à Château-Arnoux en boucle sur 2 jours commercialisés par Office de tourisme.
- Au fil du Bes à vélo, descente de la route des clues, de Verdaches à Digne les Bains (30 km) : un produit développé par le Gîte de Flagustelle concernant essentiellement la clientèle estivale néerlandaise du camping.

L'évènementiel

- Cols réservés aux cyclistes tous les mercredis matin de juillet (Col du Corobin et col du Fanget, au départ de Digne-les-Bains et Seyne en 2022)
 - 40 à 70 participants essentiellement des habitants du territoire
- La descente de l'Asse à vélo dans le cadre de la semaine européenne de la mobilité - un partenariat Géoparc / PAA.
- Une fête du vélo et de la mobilité organisée par PAA en juin 2022 (1^{re} édition).



SYNTHÈSE DE L'OFFRE VÉLO SUR ROUTE

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">▪ Un réseau routier de qualité permettant de découvrir les paysages du territoire toute l'année.▪ Des boucles et cols jalonnés.▪ Des cols fermés à la circulation au départ de Digne-les-Bains et Seyne.▪ Etudes préalables aux véloroutes réalisées.▪ Une expertise filière vélo à l'antenne de l'office de tourisme de Château-Arnoux.	<ul style="list-style-type: none">▪ Manque de notoriété des cols du territoire pour les chasseurs de cols.▪ Pas de produits vélos commercialisés par les agences de voyage.▪ Pas d'épreuves cyclosportives d'envergure régionales.
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">▪ Des attentes fortes du public sur une structuration de l'offre cyclable pour un public sportif, touristique et loisirs.▪ Le développement du VAE accroît l'accessibilité du territoire à un large public.▪ L'UNESCO Géoparc, porte d'entrée pour une découverte thématique et paysagère à vélo.▪ Le Parc naturel régional du Verdon mise sur le vélo comme mode de découverte de son patrimoine.	<ul style="list-style-type: none">▪ Complexité de mise en œuvre de la V62 sur le territoire.



photo vélo Loisirs Provence

L'OFFRE TRAIL

- 30 parcours sur les 4 secteurs Digne-les-Bains, Val de Durance, La Blanche, Verdon
 - 13 parcours balisés sur le Val de Durance, Digne les Bains (130 km balisé)
 - 17 parcours numériques sur la vallée de la Blanche à télécharger sur le site Blanche Serre-Ponçon-Tourisme qui renvoit sur Cirkwi
- 5 nouveaux parcours prévus sur Moustiers-Sainte-Marie automne/hiver 2022.
- Le kilomètre vertical du Blayeul, 1000m de dénivelé positif sur moins de 3 km et la Tête de l'Estrop.
- Des itinéraires balisés par des plaquettes spécifiques au trail. PAA va mettre en place prochainement des balises écoresponsables.



Les outils de communication

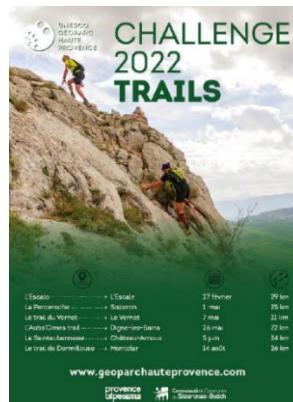
- Carte espace Trail Val de Durance.
- Carte espace Trail Moustiers-Sainte-Marie.
- Carte Stations de trail Digne-les-Bains.
- Vallée de la Blanche, traces GPX sur internet.

Commercialisation

- 1 produit commercialisé à l'office de tourisme 2 jours une nuit.

L'évènementiel

- Plusieurs courses trail sur le territoire regroupées dans le Challenge des trails de l'UNESCO Géoparc (400 coureurs sur trois courses pour le trail de Dormillouse)



SYNTHÈSE DE L'OFFRE TRAIL

ATOUTS

- Une offre structurée sur l'ensemble du territoire.
- Challenge trail virtuel Montclar.
- Des évènementiels regroupés dans un challenge trails s'appuyant sur le Géoparc.

OPPORTUNITÉS

- Des pratiquants attendant des propositions d'offre structurée pour s'entraîner au cours de leurs vacances.
- S'inscrire dans un réseau « espace trail » / « Stations de trail » pour mieux se commercialiser

FAIBLESSES

- Manque lisibilité de l'ensemble de l'offre.
- Des trails locaux tous les WE mais pas d'évènementiel d'envergure régionale.
- Faible lisibilité de l'offre sur les réseaux sociaux et site internet communautaires.

MENACES

- Baisse de nombres de participants des manifestations de taille petite et moyenne en France

L'OFFRE ÉQUESTRE

L'offre

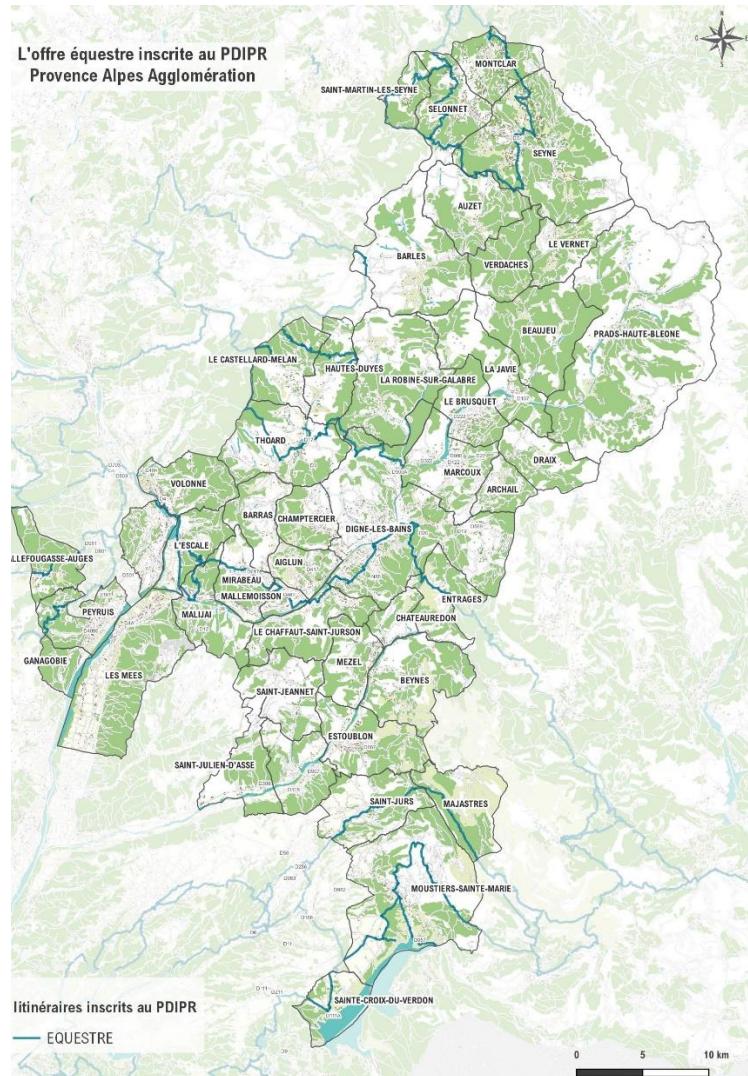
- 5 itinéraires équestres dont **La Route Napoléon à Cheval**, Les tours du Verdon à cheval (Boucle 1, boucle 3), **les Monges à cheval**, la Haute-Provence à Cheval, Blanche Serre-Ponçon à Cheval.
- 13 centres équestres proposant des randonnées dont 3 labelisés Tourisme Equestre.
- 11 hébergements équestres.

Les outils de communication

- Site internet de l'office de tourisme.
- Site internet de La route Napoléon à cheval.

Commercialisation

- 1 produit randonnée équestre sur la Route Napoléon à Cheval, sur 2 jours, entre Digne-les-Bains et Château-Arnoux commercialisé par l'office de tourisme.
- Balade en calèche dans les Clues de Barles.



SYNTHÈSE DE L'OFFRE ÉQUESTRE

ATOUTS

- Un réseau PDIPR ouvert aux cavaliers.
- La route Napoléon équestre relancée récemment.
- Des prestataires proposant des promenades à la demi-journée.
- 1 séjour rando promu par l'office de tourisme.

OPPORTUNITÉS

- Diagnostic filière équestre au niveau départemental pour relancer une dynamique.

FAIBLESSES

- En boucle sur le territoire hors Verdon.
- Manque lisibilité de l'offre équestre sur le territoire.
- Beaucoup de sections goudronnées sur Digne-les-Bains.

MENACES

- Difficulté à pérenniser un accueil équestre dans les hébergements le long des parcours.

L'OFFRE COURSE D'ORIENTATION

- 3 parcours permanents de course d'orientation à Selonnet.
- 3 parcours permanents sur Château-Arnoux.
- 1 parcours dans le village de L'Escale.
- 1 parcours de VTT'O à Château-Arnoux.
- 1 parcours au Fanget (projet parcours permanent).
- Un parcours sur la commune de Seyne

Des clubs élites viennent s'entraîner sur les parcours de Château-Arnoux ou dans la vallée de la Blanche.

Les outils de communication

- Des cartes d'orientation sont disponibles dans les offices de tourisme à Château-Arnoux, à Seyne et à Le Chaffaut-Saint-Jurson (centre de formation de CARMEJANE).
- La vallée de la Blanche dispose d'une carte de CO.

L'évènementiel

26^e Raid de la Vallée de la Blanche, Raid en orientation sur deux jours par équipes de deux (manche coupe de France) - Nuit en bivouac. Autonomie sur deux jours

Zoom sur le raid multisports Natureman Var Explorer

Le Natureman est une manifestation d'ampleur concernant la zone Verdon du territoire. Cette épreuve multisports se déroule de Sainte-Maxime aux Gorges du Verdon. Son parcours s'élance depuis un bateau en Méditerranée à Sainte-Maxime jusqu'à Moustiers-Sainte-Marie soit 376 km au total à réaliser en moins de 48 heures et 7261 m de dénivelé positif. Les épreuves combinent natation, vélo de route, VTT ou gravel, trail ...



L'OFFRE NAUTIQUE

L'offre

Activités nautiques

Le lac de Sainte-Croix-du-Verdon et le lac de Serre-Ponçon sont les deux éléments phares de l'offre nautique du territoire (location de pédalos, canoës, kayaks et bateaux électriques, paddles)

- Deux bases nautiques sur la commune de Moustiers. La Base Nautique de l'Etoile, située au niveau du pont du Galetas et la Base Nautique de La Cadeno, située sur l'une des plus belles plages du lac de Sainte-Croix.
- Une base nautique à Sainte-Croix-du-Verdon, affiliée à la Fédération Française de Voile et d'Aviron, labellisée École Française de Voile et Ecole Française d'Aviron, École de Sport Loisir et Point Location propose des activités nautiques toute l'année (Catamarans, dériveurs, planche à voile, aviron, stand up paddle, kayak, bateaux collectifs).

Le lac de l'Escale (base nautique de Volonne) propose une activité pédalo, paddle, canoë et un accompagnement pour des visites de la réserve ornithologique.

Les lieux de baignade

Le plan d'eau des Ferréols à Digne-les-Bains, site libre et gratuit toute l'année proposant une baignade surveillée sur la période estivale (entièrement réaménagé en 2022).

Hors grands lacs, le territoire propose trois lieux de baignade en rivière sur le territoire :

- Les Gorges de Trévans
- La rivière de la Blanche entre Seyne-les-Alpes et Selonnet
- Les clues de Barles

L'évènementiel

- Les voiles de Sainte Croix : Festival nautique à l'échelle du lac, du 17 au 19 juin, 1^{re} édition 2022.
- Var NatureMan de Verdon, 10^e édition, grande traversée multisports du Var de Sainte-Maxime au Gorges du Verdon avec arrivée à Moustiers-Saint-Marie



SYNTHÈSE DE L'OFFRE NAUTIQUE

ATOUTS

- Deux lacs de grande notoriété.
- Dynamique récente sur le lac de l'Escale.
- Une offre de baignade structurée sur Digne-les-Bains.
- La base nautique de Sainte-Croix labellisée FFC.

FAIBLESSES

- Les deux grands lacs sont à la périphérie du territoire.
- Développement des activités nautiques contraint par l'arrêté de navigabilité de la Durance.
- Arrêté navigabilité sur le plan d'eau de l'Escale non matérialisé sur site.
- Une activité nautique générant des prestations saisonnières majoritairement liées à la location.

OPPORTUNITÉS

- L'eau : Thématique de la fête de la randonnée, une opportunité de sensibilisation de la population.

MENACES

- Effet repoussoir de la surfréquentation.
- Une qualité des eaux de baignade déjà impactée par le réchauffement climatique.
- Des baignades en espaces naturels sensibles pouvant connaître des interdictions à court terme.
- Développement de la navigation de loisirs (canoë, paddle) non encadrée, non gérée sur l'Escale.

L'OFFRE ACTIVITÉS VERTICALES

L'offre

2 via Ferrata en accès libre

- Prads Haute-Bléone, gestion communale sans souhait de transfert (délibération conseil municipal 15/04/22).
- Via ferrata du Rocher de Neuf Heures au départ de Digne-les-Bains, gestion PAA.
 - 7500 passages par an avec un pic de fréquentation en août (1700 passages) et une fréquentation régulière et soutenue de mars à octobre (600 à 800 passages par mois).
 - Information thématique le long du parcours.
 - Très bon retour clientèle, label qualité tourisme.



2 parcours Acrobatiques en hauteur

- Arbre et aventure en Pays Dignois : 8 parcours / 160 ateliers, ouvert de février à fin novembre.
- Le Parc des écureuils, Montclar : 7 parcours ouvert en juillet et août.

Escalade

- 10 sites référencés, dont 4 conventionnés et de nombreux autres sites référencés dans des topos, des magazines comme Courchon par exemple.
- Des voies sportives, des voies de plusieurs longueurs

Canyon

61 sites de canyonisme d'intérêt local et l'un des plus longs canyons d'Europe pour les plus initiés (Prads-Haute-Bléone).

Les outils de communication

- Une carte présentant les deux Via ferrata.

Commercialisation

- L'office de tourisme loue du matériel comme les campings de Digne-les-Bains et Prads-Haute-Bléone.
- 11 prestataires proposant de l'encadrement.



SYNTHESE DE L'OFFRE ACTIVITÉS VERTICALES

ATOUTS

- Une offre loisirs qualitative avec notamment une via ferrata gérée par PAA et un parcours acrobatique en hauteur de qualité (gestion privée).
- Des sites d'escalade sur Moustiers-Sainte-Marie intégrés à la destination Verdon de notoriété mondiale.
- Une salle d'escalade indoor à Digne-les-Bains.
- Une dynamique commerciale autour de la Via Ferrata.

OPPORTUNITÉS

- Développement / qualification des sites à proximité immédiate de Digne-les-Bains pour une pratique de proximité
- Le département travaille sur le conventionnement des sites dans le cadre du PDESI.

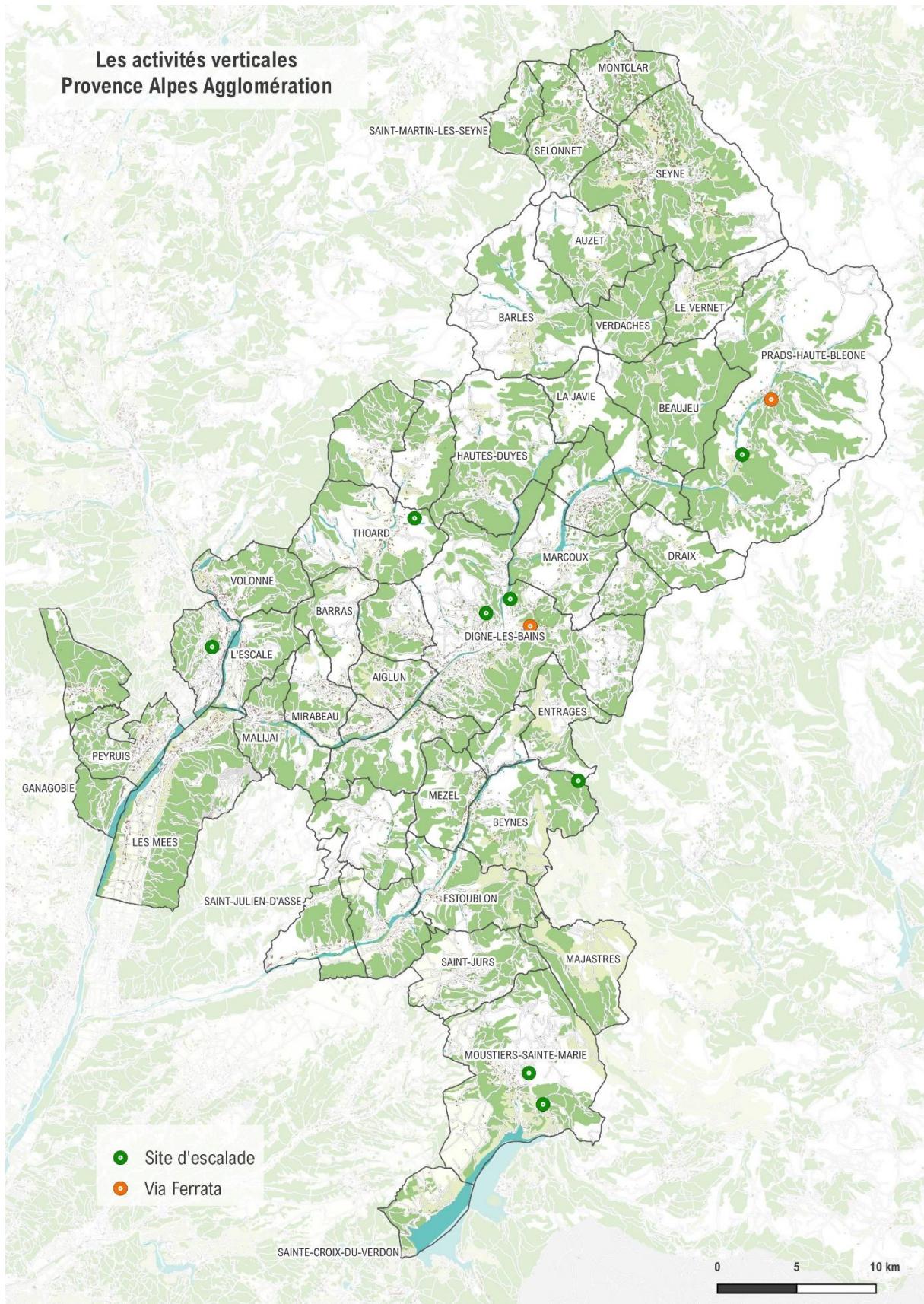
FAIBLESSES

- Une activité canyon et escalade recentrée sur le Verdon, pas de site d'envergure hors Verdon.

MENACES

- Des sites d'escalade non conventionnés, mais pratiqués, promus.

Les activités verticales Provence Alpes Agglomération



L'OFFRE AÉRIENNE

L'offre

Centre National de Vol à Voile, Château-Arnoux/Saint-Auban

Il s'agit d'un centre d'entraînement et de formation lié à la Fédération Française de Vol à Voile proposant stages d'initiation et perfectionnement.

- Hangars,
- Salle de cours,
- Simulateur à réalité virtuelle
- Hébergement,
- Restaurant,
- Piscine terrain de tennis

Les bâtiments du centre national de vol à voile sont la propriété de PAA.

Une association de vol à voile à Seyne-les-Alpes.



Parapente / Vol libre

- 8 sites : Digne-les-Bains (3 sites), Malijai (1 site), Moustiers-Sainte-Marie (2 sites), Seyne-les-Alpes (1 site), Montclar (1 site)

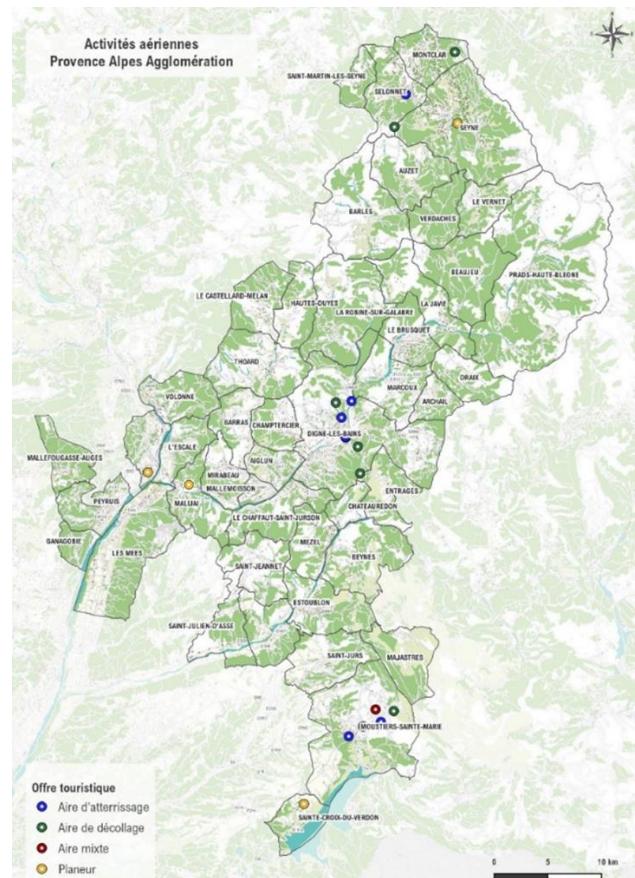


Commercialisation

- 8 prestataires proposant baptêmes et stages.

L'évènementiel

- Le site de vol à voile de Saint-Auban a accueilli les 20 meilleurs pilotes de planeur au monde, pour la grande finale du FAI Sailplane Grand Prix.



SYNTHÈSE DE L'OFFRE AÉRIENNE

ATOUTS

- Une offre parapente présente sur les 3 territoires touristiques du territoire.
- 2 sites offrant des vues sur les lacs de Serre-Ponçon et Sainte-Croix.
- Une offre parapente touchant un public loisirs (baptême) comme des spécialistes.
- Une activité générant des prestations touristiques.
- Une offre Vol à voile d'intérêt nationale.

OPPORTUNITÉS

- Conventionnement du département.

FAIBLESSES

- Une clientèle sportive de niche.

MENACES

- Forte concurrence de destinations de proximité.

L'OFFRE MONTAGNE HIVER

Les stations de montagne Blanche-Serre-Ponçon (Montclar les Deux Vallées, Chabanon, Le Grand Puy et le site nordique et de pleine nature du Fanget) génèrent 190 000 journées skieurs, 2,5 millions d'euros de chiffre d'affaires pour les remontées mécaniques, 500 emplois directs et induits liés au ski.



Montclar les 2 vallées

Commune : Montclar

Point bas / haut : 1350m / 2550m

Offre : 31 pistes, 50 km

- 7 téléskis, 1 télésiège débrayable, 2 télésièges 2/3 places, 1 fil neige, 1 tapis roulant
- Itinéraires de randonnée raquette

Gestion : DSP Montclar Domaine Skiable (49 actionnaires habitants) jusqu'en juillet 2027

A noter, Montclar est la station de montagne la plus proche de Marseille. La station est desservie gratuitement par les Navettes Blanches depuis la gare d'Aix en Provence ou l'aéroport de Marseille.

Chabanon

Commune : Selonnet

Point bas / haut : 1530m / 2030m

Offre : 35 pistes, 40 km

- 11 téléskis, 1 télésiège fixe 2 places, 1 fil neige, 1 domaine nocturne
- 25 km de ski nordique et balade raquette
- Un Itinéraire permanent de ski de randonnée

Gestion : DSP SATOS jusqu'en septembre 2027

Grand Puy Seyne-les-Alpes

Commune : Seyne-les-Alpes

Point bas / haut : 1350m / 1800m

Offre : 13 pistes, 22 km

- 5 remontées mécaniques dont 3 téléskis, 1 fil neige, 1 télésiège 4 places,

Gestion : Régie communale

Le Fanget

Communes : Seyne et Auzet

Point bas / haut : 1459m / 1689 m

- 6 itinéraires raquettes balisés (29 km)
- 2 itinéraires de ski de fond

Gestionnaire : PAA (parcours raquette)

Reprise de l'activité ski de fond découverte et du bâtiment d'accueil à partir de l'hiver 2022-2023 (restauration dans le bâtiment, location meublée, animations et sorties nature).

SYNTHÈSE DE L'OFFRE MONTAGNE HIVER

ATOUTS

- Une offre économiquement structurante pour les stations.
- Des « petites » stations familiales disposant d'une dynamique été / hiver.
- Des tarifs attractifs sur l'ensemble des stations.
- Des animations et activités ciblant les familles.
- Un forfait massif Blanche Serre-Ponçon pour les habitants du territoire.
- Une saison estivale bientôt équivalente à la saison hivernale en termes de chiffre d'affaire.

OPPORTUNITÉS

- 60% de non-skieurs en station l'hiver.
- Travailler la compatibilité des équipements 4 saisons.
- Une reprise d'activités sur l'espace du Fanget.

FAIBLESSES

- Manque d'animation en station en soirée, plus particulièrement hors saison pour une clientèle jeune.
- Un parc de remontées mécaniques vieillissant.

MENACES

- Des stations pleinement impactées par le changement climatique.
- Une fiabilité d'enneigement à court terme dépendant de la neige de culture.
- Fin programmée du tout ski.

- Des dispositifs financiers Etat / Région qui accompagnent les stations en investissement et fonctionnement.
- Des stations aux équilibres économiques précaires
- Diminution de la durée de séjour en station.

L'OFFRE BIEN-ÊTRE

L'offre

Les thermes de Digne-les-Bains proposent des cures pour la Rhumatologie et/ou l'ORL/Voies Respiratoires et le spa de Haute-Provence (nouvel équipement communautaire ouvert en 2022) pour des prestations de bien-être et de remise en forme.

- Une offre différenciante pour le territoire, 13 000 entrées de fin mars à août 2022.

Les bains des Bois (Montclar) proposent 2 bains nordiques privatisés, 2 saunas et des espaces de détente.

L'eau est la thématique de la prochaine fête de la randonnée, et une valorisation activité randonnée + Spa de Haute-Provence. Un accès SPA de Haute-Provence offert aux 100 bénévoles.

Provence Alpes Agglomération détient le label Maison Sport-Santé du ministère de la Santé et de celui des Sports. Cette labellisation entre dans une stratégie territoriale et participe à faire de PAA un Territoire de Pleine Santé.

Ce dispositif accompagne les personnes les plus éloignées de la pratique vers l'activité physique et les patients pour lesquels la pratique d'activité physique adaptée est prescrite par le médecin.



Commercialisation

- 3 produits « marche en conscience » proposés par l'office de tourisme intercommunal.
- Stage de yoga/rando avec hébergement dans une yourte à Prads-Haute-Bléone.

SYNTHÈSE DE L'OFFRE

Le territoire dispose d'une grande richesse et d'une diversité dans son offre en activités outdoor. Dans le cadre de la stratégie, il est important de distinguer les filières qui sont génératrices de séjours touristiques dédiés aux activités sportives et celles qui relèvent des activités complémentaires à un séjour touristique.

Les principales filières outdoor motifs de séjours touristiques du territoire



Loisirs neige



Le VTT



La randonnée



Le vélo de route



Le Trail



Le parapente/vol libre

Premiers enjeux

- des itinéraires et sites de qualité,
- des hébergements adaptés sur les quatre saisons,
- des services techniques associés,
- une communication ciblée.

Les nouveaux sports à découvrir au cours d'un séjour



Chien de traineau - Raquette



Baptême parapente



Via ferrata/ Canyon



Voile, Canoë-Kayak, paddle



Rando équestre

Premiers enjeux

- des itinéraires et sites sécurisés,
- des prestations, et un encadrement de qualité,
- des services de location associés.

Les offres qui tendent vers le déclin sont les activités liées à la neige comme partout dans les massifs de moyenne altitude.

- L'enjeu à venir est de penser les stations comme des pôles d'activités de pleine nature quatre saisons.

La maturité de l'offre outdoor du territoire

Activités	Maturité de l'offre sur le territoire
Les activités neige	Déclin
Le VTT, gravel, VTAE, cyclotourisme	Maturité
Le cyclosport	Maturité
La randonnée pédestre	Maturité
Le parapente, les activités aériennes	Maturité
Randonnée équestre	Maturité
Activités nautiques	Maturité
Le trail	Croissance
Activités verticales	Croissance
Cyclo loisirs et itinérance cyclable	Lancement

Le VTT, est la filière la plus mature, l'offre sur laquelle PAA peut se positionner comme une destination, avec un des plus grands espaces VTT de France, les « terres noires » comme éléments de notoriété, un évènement phare, un bike Park reconnu internationalement et des produits commercialisés par l'office de tourisme.

La randonnée pédestre et les activités aériennes sont également structurées sur le territoire et répondent aux attentes des pratiquants.

- L'enjeu est de faire connaître la destination et se différencier de la concurrence.

Les activités nautiques et la randonnée équestre sont soutenues principalement par la qualité des prestations des professionnels du territoire.

- L'enjeu est d'accompagner les prestataires dans le développement de prestations de qualité.

Le trail est une activité structurée mais un évènementiel reste à développer pour apporter une plus grande notoriété au territoire.

L'escalade est une activité nécessitant une qualification de l'accueil et une gestion des sites de pratique.

Le cyclotourisme et le vélo loisirs sont des activités fortement attendues par les clientèles touristiques et restant à structurer sur le territoire.

ANALYSE MARKETING

PREMIERS ÉLÉMENTS DE DIAGNOSTIC

- Les activités outdoor sont stratégiques pour Provence Alpes Agglomération et figurent parmi les 4 filières d'excellence de son offre touristique.
- Bien au-delà du tourisme, l'offre outdoor participe directement à l'attractivité du territoire notamment pour ses habitants.
- L'offre est de grande qualité et continue d'être aménagée, déployée et développée sur l'ensemble de l'agglomération.
- La stratégie touristique de Provence Alpes Agglomération consiste à s'appuyer sur des marques de destinations ce qui induit plusieurs niveaux de promotion et de communication. Sans ce que cela ne soit pénalisant, il faut s'assurer que l'offre outdoor soit bien mise en avant à chaque niveau.

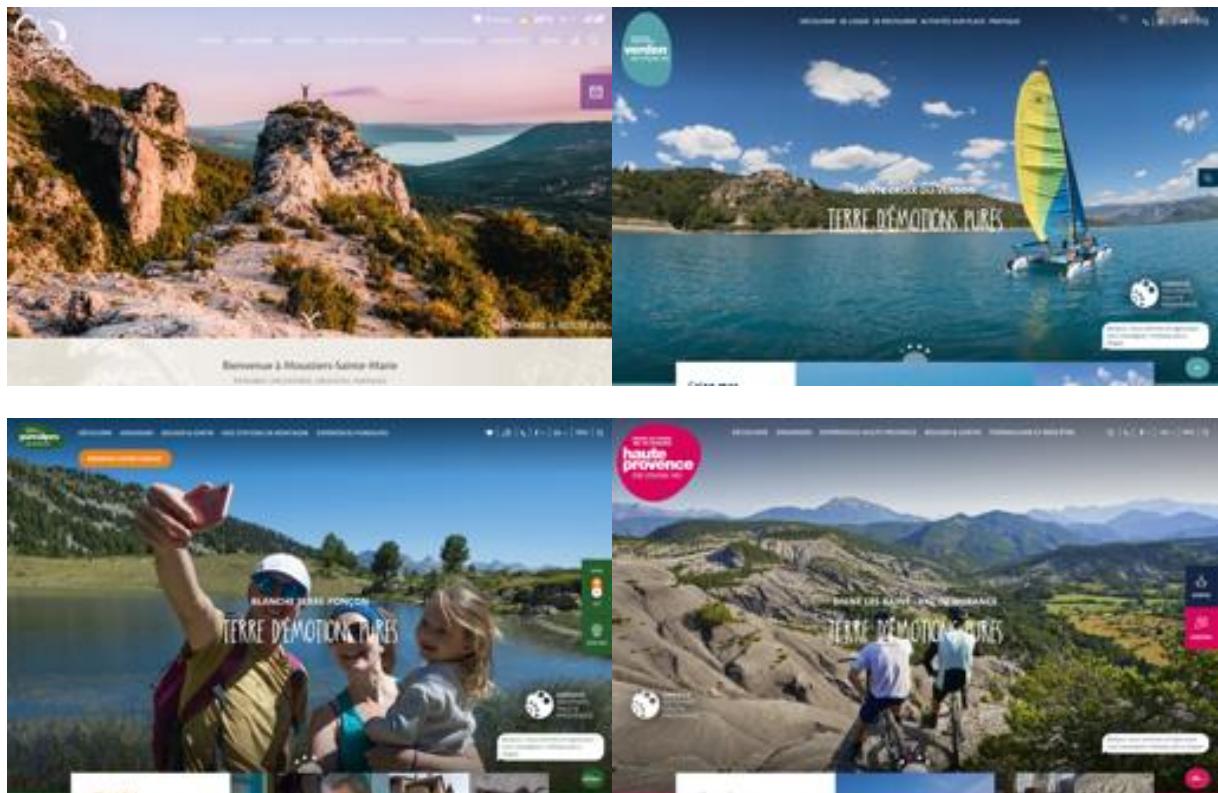
Un premier diagnostic marketing souligne 3 enjeux majeurs pour orienter le schéma des activités outdoor du territoire :

1. Créer sur le territoire une dynamique outdoor allant au-delà du tourisme, seule voie pour en faire une filière d'excellence et un marqueur fort de l'identité du territoire
2. Mieux valoriser et mieux commercialiser l'offre actuelle et future auprès de la clientèle touristique grand public
3. Être capable de s'adresser à des cibles expertes, notamment par la création de produits ou événements et le soutien d'événements sportifs déjà en place

POSITION DE L'OFFRE OUTDOOR

- Les activités outdoor sont bien présentes dans le dispositif de promotion du territoire.
- Les visuels, vidéos et contenus sont de qualité, même s'ils relèvent plus de l'ambiance (cadre de pratique, espace naturel) que de la pratique.

- Les activités phares ou déjà spontanément attribuées au territoire sont sur-représentées.
- Sur les sites internet de chaque destination, la place de l'outdoor change, ce qui ne donne pas une position de filière transversale et d'excellence à l'ensemble du territoire.



QUELLE STRATÉGIE OUTDOOR A L'ÉCHELLE DU TERRITOIRE ?

- Les activités outdoor n'ont pas de réelle place dans la communication de l'agglomération.
- Typier le territoire nécessitera d'avoir des contenus dédiés et de clarifier la position de ces contenus dans la stratégie éditoriale de l'agglomération.
- La stratégie d'excellence sur les activités outdoor doit pouvoir se retrouver sur les prises de paroles de l'agglomération et pas uniquement comme un élément constitutif de l'offre touristique.
- La promesse « Terres d'émotions pures » trouve naturellement son illustration dans la communication de promotion touristique. Sans être directement reprise dans la communication et la stratégie marketing de l'agglomération, cette promesse devrait pourtant inspirer et orienter plus fortement des contenus.
- Les activités outdoor seront à « exploiter » comme vecteur d'attractivité économique du territoire (motif d'installation sur le territoire, potentiel de développement d'activité et de création d'entreprise, liens avec le secteur associatif et scolaire).



AU NIVEAU DU TERRITOIRE

- Créer une réelle culture outdoor à l'échelle du territoire.
- Soutenir une filière et pas uniquement des aménagements.
- Adresser les habitants de PAA comme les premiers « testeurs », « clients », « experts » de l'offre.
- Créer un journée découverte ou un salon outdoor dédié aux habitants.

- Engager la marque de l'agglo sur des partenariats pour soutenir des événements outdoor, être dans l'action.
- Benchmark : des territoires sont allés très loin (OSV en Haute-Savoie, Maison du surf et de l'Océan à Biarritz, festival du film d'aventure, Coupe Icare...).
- Marquer la culture outdoor (webcams, identification d'événements, concept créatif et graphique...).

TOURISME GRAND PUBLIC

- Une offre touristique d'excellence doit se présenter comme telle y compris sur la clientèle grand public.
- Cela nécessite des choix éditoriaux qui vont plus qu'aujourd'hui ancrer la destination sur la thématique outdoor (séparer l'offre détente, balade, bien-être de l'offre outdoor).
- L'outdoor devra passer du registre des activités possibles à celle de motivation principale du séjour (sur les cibles retenues).
- Valorisation des partenariats et labels auprès du grand public.
- Promotion et commercialisation de produits / séjours typés experts.

CIBLES EXPERTS

- Les activités outdoor sont stratégiques pour PAA et figurent parmi les 4 filières d'excellence de son offre touristique.
- Bien au-delà du tourisme, l'offre outdoor participe directement à l'attractivité du territoire notamment pour ses habitants.
- Choisir 3 à 5 événements phares dans l'année et les soutenir (en communication, en recherche de partenaires, en stratégie digitale et social média) ; par exemple la communication de l'Enduro des Terres Noires n'est plus en cohérence avec l'enjeu d'image et de positionnement de l'événement.
- Viser à long terme l'accueil et l'organisation d'événements sportifs internationaux.
- Viser à long terme l'accueil d'équipes en préparation de courses internationales.

BENCHMARKS

BENCHMARK MILLAU GRANDS CAUSSES SPORT DE NATURE

Fonctionnement - Gouvernance

Communauté de communes Millau Grands Causses

- 15 communes
- 30 500 habitants

Le territoire inscrit dans le périmètre du Parc Naturel Régional des Grands Causses, est aussi la porte d'entrée des Causses et Cévennes classés à l'Unesco et des Gorges du Tarn.

Compétence : Aménagement et gestion des équipements touristique, pour les activités de loisirs de pleine nature, le patrimoine et la mise en valeur des savoir-faire locaux.

Promotion et développement

- Le site internet de l'office de tourisme présentant les expériences, les prestataires.
- Un site internet dédié aux sports de nature réalisé par la communauté de communes présentant les espaces, sites et itinéraires par activité
 - 15 circuits balisés "petite randonnée", 4 randonnées de découverte patrimoniale et 1 randonnée d'interprétation par le dessin
 - Espace VTT : 11 parcours cross-country, 11 spéciales enduro
 - 12 fiches cyclotourisme
 - L'espace trail
 - 3 sites de parapente
 - 3 sites d'escalade, 2 via ferrata



Zoom sur l'espace trail

Situé sur le territoire de la Communauté de Communes, l'Espace Trail (non labelisé) est un ensemble de 19 parcours entièrement balisés, 280 km de sentiers, routes et chemins classés en fonction de leur difficulté/distance allant de vert à noir et de 9 à 120 km.

- De 2014 à 2018, Thomas Saint Girons a été parrain de l'Espace Trail, ex-membre du Team Asics Trail TAZ. Il est surtout un sportif aveyronnais au palmarès impressionnant.

- Chrono Pouncho est un parcours au départ de Millau de trail vertical balisé : 2.5 km pour 480 mD+, au départ de Millau jusqu'au sommet de la Pouncho. L'utilisateur peut se mesurer aux autres grâce à son compte STRAVA.



Charte des activités de pleine nature

- Réalisée en 2021, la Charte des activités de pleine nature est le fruit d'une concertation entre les différents usagers de la nature qui se sont réunis en un groupe nommé simplement le "Collectif de la pleine nature". Agriculteurs, propriétaires, pratiquants APN, entreprises de pleine nature, associations ou encore institutions, sont réunis pour aboutir à un "bien vivre ensemble" dans la nature.
- Le collectif s'appuie sur les techniciens de la Communauté de communes Millau Grands Causses afin de mettre en place un dialogue et une diffusion d'information.



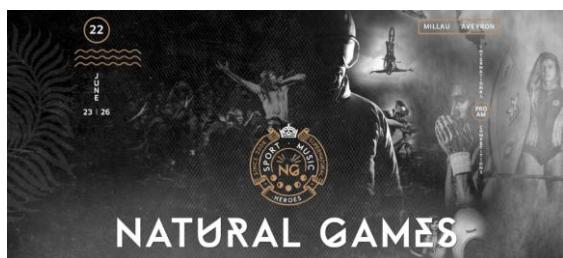
Exemple d'actions engagées

- Un interlocuteur unique

- Mise en place d'un « Guichet de la pleine nature » concernant toutes les demandes (ouverture, entretien courant, passage de circuit, événementiel...) mais aussi les plaintes (constat de dégradation ou d'ouverture sans autorisation) sur la communauté de communes.
- Mise en place d'actions de communication sur l'année par le biais de la presse locale avec le rappel des règles de base du respect de la propriété privée et également des propositions de circuits ou de parcours « officiels » gérés par la Communauté de communes.
- Réalisation de la charte des activités de pleine nature afin de responsabiliser chacun dans sa pratique et de rappeler les règles élémentaires du respect de la propriété et des façons de se comporter dans la nature.
- Signature systématique de la charte éco-manifestation pour tout événement accompagné par la Communauté de communes.
- Réflexion sur une communication personnalisée des exploitants concernés par le passage de parcours. Le but est de sensibiliser les utilisateurs sur le fait que le passage par certains sentiers implique de pénétrer sur les terres d'un agriculteur qui a l'amabilité de nous accepter.

Événementiels

Les Natural Games sont un ovni dans le calendrier des événementiels par le mélange sports outdoor de haut niveau, concerts et manifestation grand public. Le principe



- Compétitions internationales en journée
 - 4 jours des compétitions officielles internationales (grimpeurs, kayakistes, slackliners, parapentistes et riders VTT du monde) avec des athlètes de 35 nationalités différentes.
- Ateliers d'initiation aux sports outdoor
- DJ's, concerts, performances vidéos et shows extrêmes en soirée
- Un salon, 50 exposants des grandes sociétés spécialisées dans les sports outdoor

Le programme est gratuit pour le public.

- Avec 100 000 visiteurs, 3500 athlètes, 500 volontaires et un staff de professionnels, les Natural Games se réclament comme le plus grand festival mondial dédié aux sports outdoor.
- Un coup de jeune sur la ville pour un festival placé en début de saison.
- Avec l'installation d'un espace réservé à la sensibilisation des publics, les Natural Games se veulent exemplaire pour aider à la préservation des espaces naturels.

Millau capitale des sports de pleine nature se veut être innovant et leader sur la gestion et préservation de l'environnement. Un bilan carbone du festival est réalisé tous les ans par un cabinet indépendant.



On pourra noter également des événementiels enduro VTT hors natural Games comme

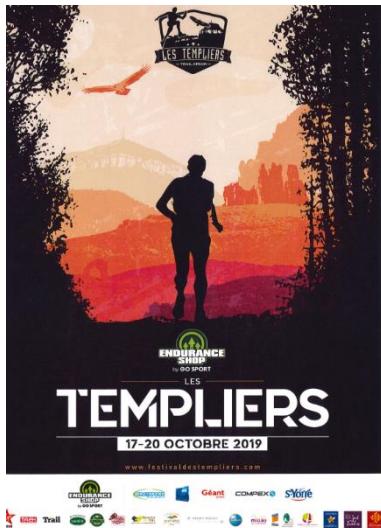
- Met Bivouac 10 ans d'existence, un Enduro VTT de 4 jours/4 nuits en équipe de deux (Edition limitée à 65 équipes)
- Dans le passé, des manches de la Coupe de France d'enduro, et l'enduro World Serie (EWS) en 2017 à Millau

Le festival des Templiers attire chaque année plus de 10 000 concurrents français et étrangers pour 3 jours de courses. Il est devenu la fête du trail running. Les Templiers explorent toute la diversité des Grands Causses et des Gorges du Tarn, un territoire exceptionnel pour la pratique du trail running.

- 12 courses au programme et 12 000 coureurs, 7 à 106 km dont les 80 km la course historique qui ont fait naître le trail en France.
- Festival associé au Salon du trail running rassemble l'ensemble de la communauté du trail running - 45 000 visiteurs - 140 exposants, 2900 m² sous chapiteau.
- L'organisation repose sur l'association Evasion Sport Communication.

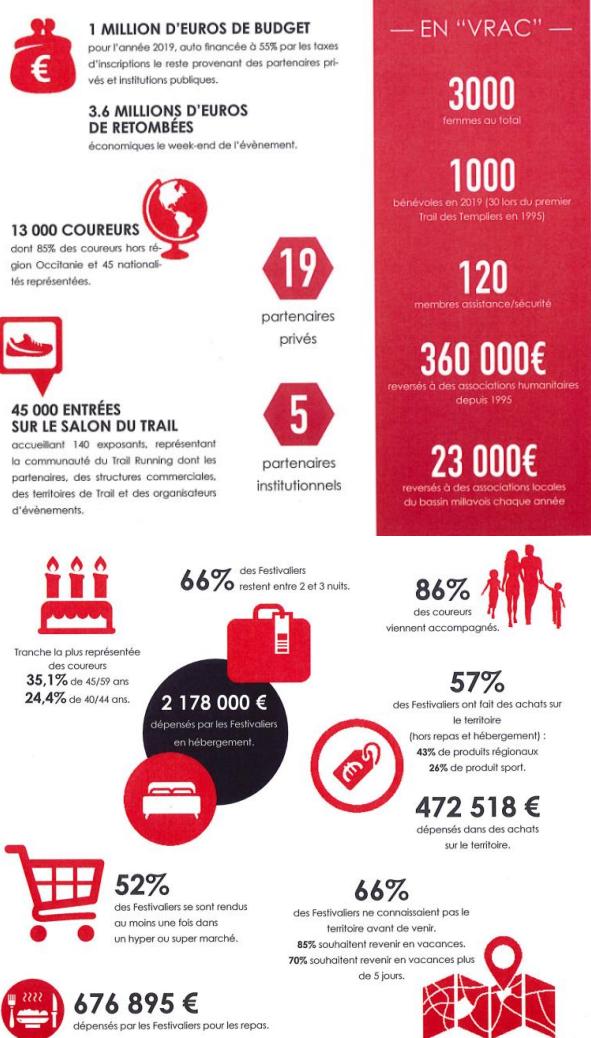
Ces épreuves se déroulent au cœur du Parc Naturel Régional des Grands Causses avec lequel une collaboration étroite est menée pour sensibiliser les coureurs à la préservation de l'environnement et limiter l'impact de la course sur les écosystèmes.

Les Templiers se sont imposés comme la grande fête du trail, libre et indépendante afin de respecter aux mieux un esprit, une éthique, propres à cette discipline.



Partenaires: Trail, Géant, COMPEX, S'Yone, ...

Le festival des Templiers : les données chiffrées 2019



A retenir

- Une politique forte de la part de la collectivité dans les années 2000 avec des investissements importants dans les itinéraires, équipements, la promotion / communication.
- Des offres d'excellence en escalade, kayak, parapente, VTT, randonnée.
- Un site internet porté par la communauté de communes.
 - Un site uniquement axé sur la présentation de l'offre avec des liens vers le site de l'office de tourisme pour valoriser les prestataires ... un site statique, une mise à jour parfois déficiente.
- Une culture de l'événementiel sports de nature « décalé »
 - Les 1000 km de Millau en 1972
 - En 2002, le CAF de Millau organise le premier « Roc Trip », 1er rassemblement international de grimpeurs en site naturel
- Une notoriété relayée par 2 événementiels majeurs
 - Les Natural Games, l'événement grand public phare ... une pérennité à assurer
 - Les templiers, une référence nationale du trail
- La charte des activités de pleine nature pour concilier les usages agricoles.
- Des espaces VTT et trail, balisés, entretenus par la communauté de communes mais non labelisés.

BENCHMARK ZONA ZERO



Localisation

Espagne - Haut-Aragon - Province de Huesca - Le Sobrarbe, au pied des Pyrénées, entre Sierra de Guara, le parc national d'Ordesa, 2 200 km² (1774 km² pour PAA), 7800 habitants, < 4 habitants / km².

Le territoire est très vaste et peu dense. La zone est classée Géoparc pour sa richesse géologique et culturelle.



Historique

L'idée initiale est de restaurer des sentiers traditionnels et de les valoriser par le VTT. Zona Zéro car l'initiative a été pionnière en la matière au niveau du vélo, une sorte de point zéro.

En 2011 une association regroupant 103 entreprises composée d'hôtels, de restaurants, d'agences locales de tourisme crée la zona zéro. La volonté de l'association est de promouvoir le Sobrarbe à travers le développement du vélo et d'étendre la saisonnalité sur les 4 saisons et de générer des retombées économiques sur un territoire en déprise économique et sociale.

La Zona Zéro est une référence à l'échelle internationale pour les passionnés de VTT. Les répercussions médiatiques de la Coupe du Monde d'Enduro ont placé le Sobrarbe sur le devant de la scène mondiale du vélo.

L'offre centrale se fait autour des itinéraires enduro puis avec la demande se sont développés des itinéraires « famille », du cyclo alpinisme, gravel, e-bike et cycloroute.

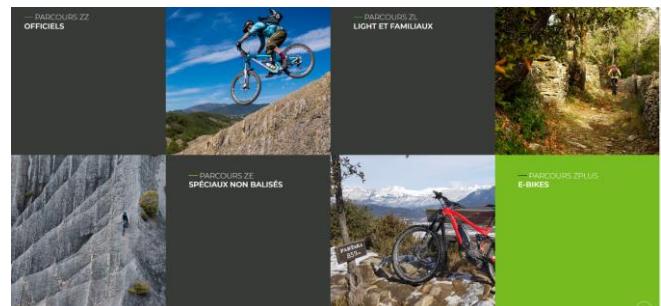
L'offre en itinéraire

Dix zones avec cinq niveaux de difficultés techniques

- Plus de 1000 km d'itinéraires
- 100 itinéraires enduro balisés
- 12 itinéraires loisirs / famille
- 13 parcours non balisés (GPX)
- 10 parcours VTTAE (noirs ou rouge)
- 5 itinéraires de montagne avec portage (GPX)
- Des sentiers entretenus par
 - des bénévoles,
 - des agents forestiers,
 - les collectivités locales.

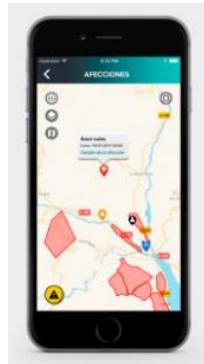
Les outils de communication

- Un site internet Zona Zero :
 - Beaucoup de visuels
 - Toutes les traces sont gratuites avec une fiche PDF par circuit
 - Les prestataires
 - Une boutique, le paiement en ligne ...
 - Les réseaux sociaux
- Des cartes du réseau par secteur
- Une application mobile



L'application ZTRAILS en 2018 :
30 500 téléchargements

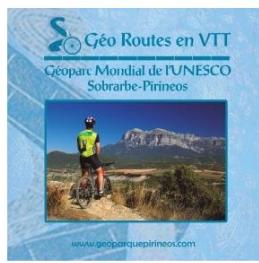
- présentation des sentiers
- état des chemins (boue, manque de signalisation, entretien, inondations de rivière...) alimenté par 154 contributions des gestionnaires et 76 des usagers
- localisation des zones de chasse



Géoparc de Sobrarbe-Pirineos et activités de pleine nature



- 13 itinéraires VTT balisés, 52 endroits stratégiques ont été choisis pour que les sportifs puissent se reposer un instant, et presque sans effort, s'aventurer dans les mystères du passé qui ont laissé une empreinte sur les roches.
- 30 itinéraires audioguidés pour visiter les sites géologiques les plus singuliers. Pour pouvoir interpréter les différentes haltes définies tout au long du parcours, chaque itinéraire fait l'objet d'une brochure explicative.



Téléchargez-vous la brochure



Evènementiels

En 2015 et 2018, Ainsa a également accueilli la Coupe du Monde d'Enduro.



"La Bataille des Enfers" est une épreuve all-mountain ou ultra-enduro non compétitive dans laquelle l'ambiance festive et le challenge personnel prennent avant tout. L'épreuve peut se faire avec un vélo électrique

- Circuit long : 45 km et 1800m de dénivelé positif et 75% de trail
- Circuit court : 31 km et 1260m de dénivelé positif et 65% de trail
- Limité à 400 participants

Le Contrebandier : une épreuve VTT / Trail sur deux weekends

Accueil de la coupe d'Espagne de Pump track et d'une qualification pour la coupe du monde de Pump Track



Ride The Track 4 – Zona Zéro

- 3 jours de VTT all mountain
- Une aventure conviviale à partager en équipe de 2 ou 3
- Un guidage au GPS pour mieux respecter la nature
- Pas de chrono, uniquement le plaisir de suivre la trace et de rallier l'arrivée
- Il aura suffi d'une heure pour faire le plein de participants et boucler les inscriptions pour la 8ème édition de Ride The Track.

REÇU EN PREFECTURE

Le 17/02/2023

Schéma des activités outdoor – 2023-2026

Application agréée E-legalite.com

21_RP-004-200067437-20230208-19_08022023

Un réel soutien institutionnel



Des marques partenaires

Un budget difficile à équilibrer de 130 000 € par an qui est supérieur en 2022

Budget courant 2022 de l'association : 184 500 €

Principales recettes

Socios	21 000 €
Manifestations (montant exceptionnel 2022)	90 000 €
Merchandising	16 000 €
Protection des chemins	30 000 €
Subvention	26 000 €
Subvention exceptionnelle 2022 (manifestation) fonds Européens POCTEFA	65 000 €

Fonctionnement – charges courantes

Gestion / fonctionnement	73 500 €
Manifestations (charge exceptionnelle 2022)	85 000 €
Merchandising	12 000 €
Promotion	11 400 €
Développement cycloroute (charge exceptionnelle 2022)	6 500 €

A retenir

- Une association d'acteurs intégrant les hébergeurs, restaurateurs, prestataires ...
- Une implication locale des habitants pour leur territoire, leur milieu, leur environnement.
- Des clubs fédérés autour du projet.
- Un nom déconnecté du territoire.
- Les 2 manches de coupe du monde comme élément déclencheur de la notoriété d'un territoire qui n'est pas à la base une destination.
- Une dynamique continue d'évènementiels sur l'année dont certains à portée touristique avec des jauge réduites.
- Des spécialistes qui s'adressent à des spécialistes par les outils de communication, les réseaux sociaux.
- Un travail de concertation/médiation avec les chasseurs.
- Une valorisation d'itinéraires Géoparc.
- Un budget consacré important pour la filière VTT.

STRATÉGIE



CONSTATS

CONSTAT 1 - Une pratique de masse, populaire, et très diversifiée

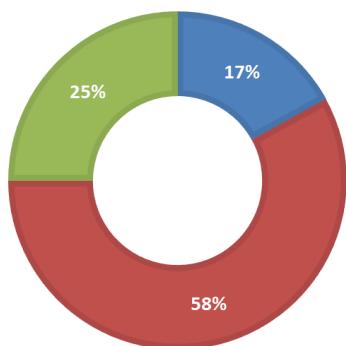
L'activité physique peut être plus ou moins intensive, et les niveaux de pratique sont très hétérogènes : de l'expert au néophyte.

- 3 Français sur 4 de plus de 15 ans déclarent pratiquer un sport ou loisir de nature soit un total de 34,5 millions de personnes.
- Parmi elles, la part des pratiquants « réguliers » est de 14,5 millions, soit 32% des français de plus de 15 ans.
- En 2022, 3 français sur 4 apprécient d'avoir des lieux de pratique à proximité de leur lieu de vacances.

Le schéma des activités outdoor s'adresse donc autant aux habitants qu'aux touristes.

En 2022, 3 français sur 4 apprécient d'avoir des lieux de pratique à proximité de leur lieu de vacances.

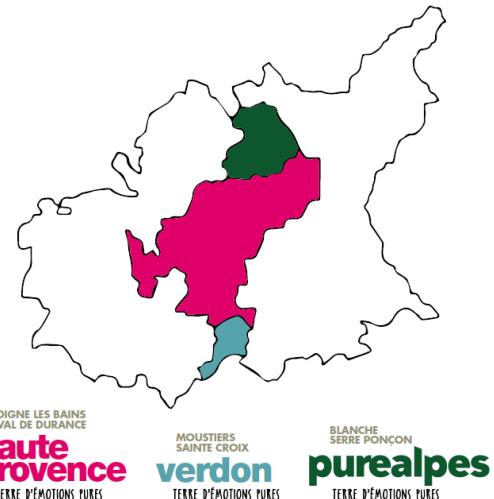
■ Indispensable ■ Un plus plutôt apprécié ■ Anecdotique



CONSTAT 2 - Une stratégie touristique qui s'appuie sur des marques de destinations

- Provence Alpes Agglomération a fait le choix de structurer son territoire autour de 3 marques de Destinations / 3 espaces touristiquement cohérents avec une signature et promesse client : « Terre d'Emotions Pures ».
- L'offre touristique est présentée par destination, ce qui est pleinement efficace pour valoriser les activités de pleine nature à pratiquer au cours d'un séjour touristique, mais qui ne permet pas

de valoriser les complémentarités territoriales qu'offre le territoire PAA et communiquer auprès de clientèles souhaitant organiser un séjour sportif.



CONSTAT 3 - Les sports de nature, une composante essentielle de l'offre du territoire PAA

L'offre en activités outdoor est importante, qualitative et très complémentaire. La structuration de l'offre permet de répondre aux attentes des habitants comme des touristes. Parmi ces derniers il faut distinguer :

- Les activités pratiquées par les clientèles touristiques au cours de leur séjour, sans pour autant être le déclencheur de séjour ou son mobile principal. Ils composent une partie du « catalogue » indispensable aux destinations pour séduire, attirer, et occuper les visiteurs, au même titre que l'offre patrimoniale, les paysages, les produits locaux, les animations etc.



- Les activités pratiquées par des clientèles au cours d'un séjour sportif, qui vont faire de

l'activité sportive le motif principal du séjour. Ce tourisme « de niche » concerne également par extension des excursionnistes, venant à la journée pour pratiquer sur des sites spécifiques et attractifs.



CONSTAT 4 - Les activités outdoor directement concernées par les enjeux environnementaux

Les sports de nature ont la spécificité de créer les conditions, rares dans notre société largement urbanisée, d'un contact direct avec la nature.

Les pratiquants sont en interrelation permanente avec des espaces naturels et des espèces sensibles, voire protégés. Comme toutes activités, les sports outdoor ont leur part de responsabilité et se doivent de réduire leurs impacts sur l'environnement, ce qui oblige de sortir de la notion de « terrain de jeu » pour envisager un développement maîtrisé des sports outdoor.



LES ENJEUX

L'enjeu environnemental

La préservation des ressources naturelles, la diminution de l'empreinte carbone, le réchauffement climatique obligent à adapter l'ensemble de la filière des activités de pleine nature.

L'enjeu économique

Les activités outdoor, dont la montagne en hiver, permettent un maintien de l'emploi dans les vallées et stations de montagne.

Les sports de nature sont également vecteurs d'images positives et dynamiques d'un territoire et contribuent à son attractivité économique et démographique.

L'enjeu territorial

Les sports de nature, une composante essentielle de l'offre touristique du territoire. Une filière vectrice de cohésion territoriale, un marqueur fort de PAA qui permet de travailler à l'échelle des trois destinations touristiques, des 7 vallées, qui concerne les touristes comme les habitants.

Provence Alpes Agglomération doit valoriser son offre auprès de ses habitants.

N'oubliez pas que les trois photos ci-dessous sont prises sur votre territoire et pas sur l'île de la Réunion.



L'enjeu partenarial

Une filière qui repose sur une multiplicité d'acteurs à coordonner à l'échelle du territoire.

- Le Département
- Le Parc naturel régional du Verdon
- Provence Alpes Agglomération
- Unesco Géoparc de Haute-Provence
- Les communes
- Les offices de tourisme
- Les prestataires
- Les associations et clubs
- Les propriétaires fonciers
- Les gestionnaires de sites et espaces naturels
- ...

LES AXES STRATÉGIQUES

Le schéma des activités outdoor ne part pas d'une page blanche. Il s'inscrit dans le cadre des compétences de l'agglomération et des orientations du schéma du tourisme. Au-delà de la gestion / entretiens des chemins inscrits au PDIPR, de nombreuses actions sont engagées en matière de promotion / communication / montage de produits touristiques, d'adaptation de l'offre aux attentes des usagers, d'appui / développement d'évènementiels sports de nature, de concertation / médiation auprès des partenaires ...

Le schéma des activités outdoor doit également anticiper un contexte budgétaire contraint des collectivités. Les actions sont envisagées à budget constant pour l'agglomération.

L'axe de développement prioritaire à notre sens est la valorisation de la politique outdoor auprès des habitants de l'agglomération, actions qui restent à mener à court terme.

Axe 1 Valoriser la politique outdoor PAA et développer la pratique des habitants du territoire

Axe 2 Développer des séjours touristiques dédiés aux sports de nature

Axe 3 Adapter l'offre aux nouvelles attentes des pratiquants

Axe 4 Passer du terrain de jeu au bien commun et partagé



PLAN D'ACTIONS



AXE 1 : VALORISER LA POLITIQUE OUTDOOR PAA ET DÉVELOPPER LA PRATIQUE DES HABITANTS DU TERRITOIRE

ENJEUX

Les espaces, sites et itinéraires du territoire sont pratiqués à l'année par les habitants. Les sports outdoor contribuent au bien-être physique, mental, social de la population locale. Les habitants sont les premiers ambassadeurs de leur territoire et doivent avoir pleinement connaissance de la qualité et la diversité de leur offre.

L'agglomération mène des actions en faveur des sports de nature qui nécessitent d'être valorisées car les activités outdoor sont :

- un vecteur de cohésion territoriale pour Provence Alpes Agglomération,
- une pratique de masse, accessible au plus grand nombre, essentielle au quotidien des habitants,
- une contribution à l'attractivité de l'agglomération pour des acteurs économiques, de nouveaux habitants ...

ACTIONS À ENGAGER

1. Décliner un marqueur de la politique de l'agglomération en matière d'APN
2. Communiquer auprès des habitants du territoire
3. Soutenir la pratique des habitants par des actions ciblées

Action 1 : Décliner un marqueur de la politique de l'agglomération en matière d'APN

Objectif de l'action

C'est par la qualité de vos offres, vos équipements, vos produits ... que vous ferez connaître votre destination ...

Provence Alpes outdoor : Terre d'émotions pures

- Une approche ciblée sur les pratiquants des activités de pleine nature, une des quatre filières d'excellence de l'agglomération.
- Une signature de ce que vous faites, pas de ce que vous êtes.
- Une signature de vos actions mais pas « encore » une destination ni une marque.
- Une signature qui n'a pas vocation à cohabiter avec les logos de destinations.

Les sports de nature ne sont pas des équipements ou des services de même nature que les autres interventions de compétences d'agglomération (ordures ménagères, transport, eau/assainissement, urbanisme ...). Un logo dédié aux activités outdoor permettra à l'agglomération de s'adresser aux pratiquants de son territoire de façon affinitaire.

Les sports de nature sont un vecteur de cohésion territoriale. En proposant un visuel dynamique, pouvant être décliné dans les supports de communication de l'agglomération comme sur une ligne de vêtements, sur des goodies, l'enjeu est que la population s'approprie ce logo, identifie l'action de la collectivité.

Pour cela, le visuel proposé est une déclinaison de la charte graphique de l'agglomération. La signature « Terres d'Emotions Pures », qui fait le lien avec la stratégie touristique, est une promesse qui s'applique parfaitement aux activités de pleine nature (cette baseline est par ailleurs déjà déclinée sur les bus de l'agglomération).

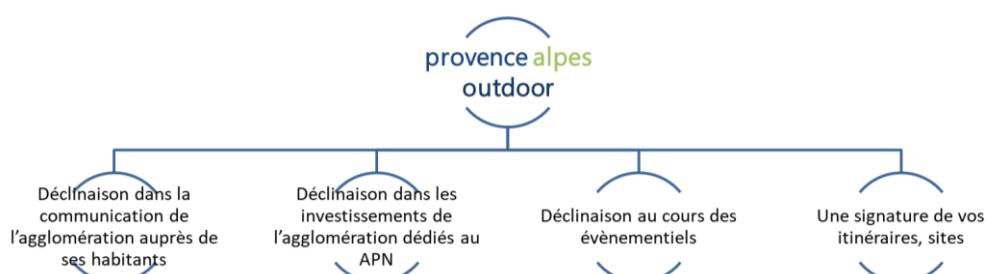
- Le logo Provence Alpes Outdoor remplacera donc celui de l'agglomération quand il s'agira de marquer les actions de PAA en matière d'activités outdoor.

Contenu de l'action

- Valider la proposition de signature visuelle
- Déposer la marque
- Décliner la signature dans les supports de communication de l'agglomération

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage** : Provence Alpes Agglomération
- **Echéance** : 2023-2024
- **Partenaires techniques** : Office de tourisme



Le logo Provence Alpes Outdoor

utilisation sur fond clair



utilisation sur fond foncé



Jeanne Lepoix | **graphiste 360°**

Action 2 : Promouvoir l'offre en activité de pleine nature de l'agglomération

Objectif de l'action

Valoriser et promouvoir Provence Alpes Outdoor auprès des pratiquants locaux et la rendre lisible aux touristes. L'agglomération a engagé un important travail de structuration de l'offre et gère au quotidien un réseau de qualité (250 itinéraires balisés). Cette compétence n'est pas assez valorisée auprès de la population locale.

Contenu de l'action

- Créer un site internet Provence Alpes Outdoor présentant l'offre en itinéraires et sites de pratique.
- Décliner Provence Alpes Outdoor dans les supports de communication dédiés aux actions de l'agglomération.
- Avoir des pages dédiées aux activités outdoor dans le magazine Provence Alpes Agglo Magazine.
- Enrichir les pages internet du site de l'agglomération concernant les activités de pleine nature.
- Réaliser des actions presse dédiées aux activités outdoor (communiqués de presse, encart pub dans la Provence ...).
- Créer une cartographie (à partir du fond de carte touristique existant) ou un livret PDF valorisant l'offre du territoire.

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage** : Provence Alpes Agglomération
- **Budget estimatif** : 15 000 € HT (création du site internet)
- **Echéance** : 2023-2024
- **Partenaires techniques** : Office de tourisme, Département

Zoom sur la sous-action

Créer un site internet présentant l'offre APN du territoire

Objectifs de l'action

- Développer un site présentant l'offre en itinéraires et sites de l'agglomération.
- Valoriser les associations sportives, les manifestations locales.

Ce site internet est une plateforme de présentation des itinéraires et sites de l'agglomération. Cet espace a vocation à fonctionner en interrelation avec les sites internet existant.

- Le site internet de l'agglomération présente sa politique et renvoie sur le site Provence Alpes Outdoor pour présenter dans le détail les itinéraires.
- Les sites de destination (Haute-Provence, PureAlpes, Verdon), le site de l'UNESCO Géoparc de Haute Provence valorisent l'offre, les produits, les prestataires ... et renvoie sur le site Provence Alpes Outdoor pour plus de détail sur les itinéraires. La communication plus axée séduction et promotion reste sur l'écosystème des sites internet des destinations.
- Les contenus sont mutualisés avec le site départemental et une passerelle sur une présentation de l'offre départementale est à réaliser.



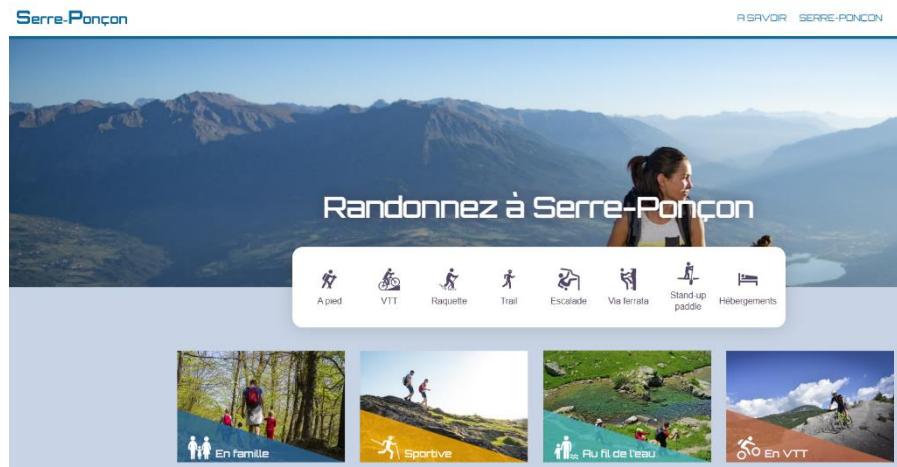
Contenu de l'action

- Se doter du logiciel Géotreck, logiciel libre disponible en open source.
- Intégration des circuits déjà existants du territoire
- Création de nouveaux circuits par la plateforme Geotrek Admin
- Créer les fiches par circuit, intégrer les photos, les textes, les POI.
- Assurer les liens entre le module Géotreck et les sites partenaires et le SIT APIDAE (vers les sites du Département, des offices de tourisme, Unesco Géoparc de Haute-Provence, agglo ...)

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget estimatif :** 15 000 € HT
- **Echéance :** 2023-2024
- **Partenaires techniques :** Département, office de tourisme, Unesco Géoparc de Haute-Provence

Univers de référence



Action 3 : Soutenir la pratique des habitants

Objectif de l'action

On peut estimer que plus de 15000 habitants de plus de 15 ans pratiquent un sport outdoor*. Au-delà de l'image dynamique véhiculée par les activités outdoor pour le territoire, les sports de nature sont pour l'essentiel des pratiques gratuites bénéfiques à la santé et au bien-être des pratiquants.

Contenu de l'action

La réalisation de cette action comporte 3 volets distincts.

3.1 Mettre à l'honneur chaque année une activité outdoor, des associations, dans le cadre de la fête de la randonnée afin de valoriser d'autres activités, séduire un public jeune.

- Proposer des Stands de découverte sur la zone d'animation
- Faire des démonstrations par des sportifs « ambassadeurs » locaux et/ou invités
- Développer des ateliers de découverte animés par des associations locales

3.2 Mener des actions conjointes avec la maison Sport-Santé

- Provence Alpes Agglomération a la volonté de devenir un Territoire de Pleine Santé autour du bien-être, du mieux vivre, de la prévention, du sport santé et du respect de l'environnement et de soi. La maison Sport santé est le projet phare s'inscrivant dans cette dynamique de territoire. Les premiers projets développés ciblent les séniors bénéficiaires de prescription de séances de sport sur ordonnance. Les activités proposées sont principalement en salle ou de l'aquagym. Concernant les activités outdoor, la marche nordique est proposée.

Un travail partenarial avec les services activités de pleine nature pourrait permettre d'identifier d'autres partenaires / d'autres activités à proposer, recenser les besoins des clubs dans le cadre de la mise en place d'une section « sport santé », accompagner les clubs et les associations dans la structuration et le développement de leurs compétences.

3.3 Soutenir les structures œuvrant au développement de la pratique des activités outdoor en milieu scolaire, en centres de loisirs

- L'agglomération doit jouer le rôle de facilitateur pour permettre d'offrir un encadrement qualifié dans les activités en milieu scolaire et en centre de loisirs.

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget :** Budget constant aggro
- **Echéance :** 2025-2026
- **Partenaires techniques :** Département, CDOS, maison Sport Santé, USEP, UFOLEP

Univers de référence



* source INJEP - Les sports de nature en France - fev. 2022 37 % des Français (>15 ans) sont des pratiquants réguliers d'activités en extérieur



AXE 2 : DÉVELOPPER DES SÉJOURS TOURISTIQUES DÉDIÉS AUX SPORTS DE NATURE

ENJEUX

Cet axe vise à structurer et mettre en marché des filières identifiées comme génératrices de séjours touristiques sur le territoire.

- Le VTT est la filière la plus avancée, disposant déjà d'une notoriété nationale, proposant une offre sur l'ensemble du territoire et relevant de la compétence de l'agglomération.
- La randonnée est l'activité outdoor la plus pratiquée des Français. Elle doit naturellement trouver sa place dans la stratégie, tout en sachant que les destinations concurrentes de proximité bénéficient d'une notoriété internationale.
- Le Vélo de route, une activité largement pratiquée par les Français, structurée sur le territoire pour les cyclosportifs mais à développer pour un usage loisirs / tourisme.
- Le trail est une activité qui reste à structurer sur le territoire et représente un potentiel de développement de séjours sur votre territoire.
- Le vol libre, avec 8 sites de pratique en montagne, autour de Digne-les-Bains, Monclar et Moustiers-Sainte-Marie, touche les touristes en séjour souhaitant un baptême avec vue sur les lacs de Serre-Ponçon et Sainte-Croix comme les spécialistes du parapente.
- Les activités neige, génératrices de séjours touristiques et nécessitant de penser les stations comme des pôles d'activités de pleine nature quatre saisons

... et des spots nationaux/ mondiaux

- Evo bike Park.
- Le Vol à voile - Centre National de Château-Arnoux/Saint-Auban.
- L'escalade, avec les sites situés sur la commune de Moustiers-Sainte-Marie, compris dans la destination « Verdon ».

ACTIONS À ENGAGER

4. Animer un réseau des acteurs socioprofessionnels
5. Accompagner / qualifier les évènementiels sports de nature du territoire
6. Diversifier l'offre hivernale pour satisfaire une clientèle de non skieurs en station
7. Poursuivre la communication et la commercialisation de produits outdoor

Action 4 : Animer un réseau des acteurs socioprofessionnels

Objectifs de l'action

- Créer, animer et dynamiser une communauté des acteurs « outdoor » afin de favoriser les synergies, la construction de projets collectifs ou partagés, de mutualiser des moyens et des actions autour de problématiques communes.
- Créer des réflexes collaboratifs et améliorer la connaissance mutuelle des acteurs à l'échelle de l'agglomération.
- Permettre le partage et l'appropriation des actions portées par Provence Alpes Agglomération.

Contenu de l'action

L'office de tourisme communautaire anime le réseau de prestataires touristiques du territoire. Par les produits touristiques commercialisés, il met en réseau les acteurs du territoire, recherche des partenaires pour le développement de prestations complémentaires.

Pour autant, le territoire est vaste, il s'inscrit dans des logiques de vallées et parfois les prestataires n'ont pas une connaissance pleine et entière de l'offre en dehors de leur zone d'intervention.

L'agglomération, en partenariat avec l'office de tourisme, pourrait chaque année, mettre en place et animer des éductours réunissant les socioprofessionnels du territoire afin d'améliorer la connaissance de l'offre du territoire PAA, inscrire à l'agenda un temps de rencontres entre prestataires, faire découvrir un site de pratique, une filière.

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget :** Budget courant
- **Échéance :** 2024
- **Partenaires techniques :** Office de tourisme, Département

Action 5 : Accompagner / qualifier les évènementiels outdoor du territoire

Objectif de l'action

S'appuyer sur la qualité des manifestations sportives pour communiquer sur l'offre du territoire.

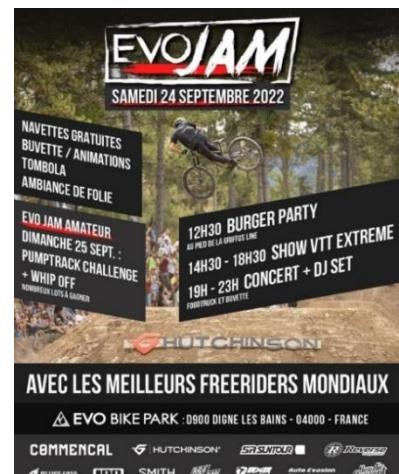
Contenu de l'action

- Accompagner les organisateurs dans le volet communication des manifestations existantes afin de qualifier les supports de communication, améliorer les liens vers les sites de destination, s'appuyer sur les photos, vidéos de l'épreuve, base de données des participants, enquête de satisfaction ...).
- Avoir un stand Provence Alpes Outdoor, être présent sur les manifestations phares.
- Apporter une assistance (entretien des sentiers, prêt de matériel, lien avec les partenaires institutionnels...) et conseils aux organisateurs de manifestations sportives générant des nuitées sur le territoire notamment des manifestations à faible jauge ciblant des spécialistes (exemple VTT : Ebike, Gravel Tour, spad Girl... trail de Digne-les-Bains).

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération / Offices de tourisme, ADT
- **Budget estimatif :** 6 000 à 9 000 € HT pour une qualification des sites internet des organisateurs phares du territoire
- **Echéance :** 2023-2024
- **Partenaires techniques :** Organisateurs de manifestations

Univers de référence



Action 6 : Diversifier l'offre hivernale pour promouvoir des destinations activités outdoor 4 saisons

Objectif de l'action

Les clientèles des stations Blanche Serre-Ponçon sont principalement des familles avec une large part de non-skieurs. Il est nécessaire de valoriser une offre hors ski pour promouvoir des destinations activités outdoor 4 saisons.

Contenu de l'action

- **Poursuivre la qualification / développement d'équipements, itinéraires et prestations hors ski en station**
 - Développer des activités bien-être / remise en forme / fitness en station pour s'inscrire dans une logique de Territoire Pleine Santé.
 - Qualifier l'offre raquette, organiser la découverte d'activités fat bike, ski joering, baptême parapente, activités nocturnes ...
 - Développer, valoriser des offres ludiques ciblant les familles.
- **Proposer un « Pass Outdoor » regroupant plusieurs activités avec les remontées mécaniques (patinoire, piscine couverte, E-trott'athlon ...), des réductions sur les activités culturelles.**
- **Diversification de l'offre d'activités de pleine nature 4 saisons au col du Fanget** : L'agglomération est compétente pour intervenir sur le site du Fanget. Le site propose des itinéraires de randonnée pédestre, VTT et trail accessibles à tous et en hiver 6 parcours de raquettes à neige balisés.

Dans la perspective de poursuivre la diversification du site et de permettre sa découverte aux 4 saisons, il est proposé de créer un sentier de découverte naturaliste valorisant la biodiversité du site (site classé Natura 2000 au cœur de l'UNESCO GEOPARC de Haute-Provence) ainsi qu'un parcours permanent de course d'orientation praticable à pied ou en raquette à neige l'hiver.

Cette action s'accompagnera également d'une amélioration de la signalétique d'accueil « activités de pleine nature » sur le col du Fanget : conception, réalisation et mise en place de panneaux d'information, réalisation d'un petit aménagement piétons permettant d'accéder aux panneaux

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage** : Stations/ communes/ PAA
- **Budget** : Budget des stations
 - Budget site du Fanget : Parcours d'interprétation et parcours CO : 25 000 €TTC
 - Amélioration de la signalétique d'accueil : 25 000 €TTC
- **Echéance** : 2023-2025
- **Partenaires techniques** : Département, office de tourisme



Action 7 : Poursuivre la communication et la commercialisation de produits outdoor

Objectif de l'action

Maintenir les actions de valorisation et promotion de l'offre auprès des pratiquants des filières génératrices de séjours touristiques.

Contenu de l'action

- Promouvoir auprès des médias nationaux presse (presse écrite et digitale, TV, radios) & blogs.
- Animer les réseaux sociaux dédiés aux filières sports de nature.
- Poursuivre le développement de l'offre de produit notamment autour du Spa thermal de Haute-Provence.
- Répondre aux demandes de sur-mesure.
- Développer la vente en ligne par l'office de tourisme.
- Mener des opérations de sensibilisation des TO spécialisés.

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Office de tourisme
- **Budget :** Office de tourisme
- **Echéance :** 2023
- **Partenaires techniques :** Provence Alpes Agglomération, ADT



AXE 3 : ADAPTER L'OFFRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES PRATIQUANTS

ENJEUX

Les sports de nature sont consommés au sein d'un séjour touristique et font partie du catalogue indispensable d'activités à proposer pour séduire, attirer et occuper les visiteurs au même titre que l'offre patrimoniale, culturelle, festive

Ces actions doivent permettre de proposer un panel d'activités 4 saisons et d'assurer aux habitants comme aux touristes en séjour des espaces, sites et itinéraires de qualité.

ACTIONS À ENGAGER

8. Structurer l'offre autour de Stations et Spots d'activités outdoor
9. Développer une offre favorisant la qualité de l'expérience
10. Repositionner / développer des produits vers un public moins sportifs
11. Qualifier l'accueil sur les espaces et sites de l'agglomération

Action 8 : Structurer l'offre autour de Stations et Spots d'activités outdoor

Objectif de l'action

Les clientèles sont de plus en plus en attente d'activités sans voiture au cours de leur séjour, ce qui répond également aux ambitions du territoire de réduire l'empreinte carbone d'un séjour touristique.

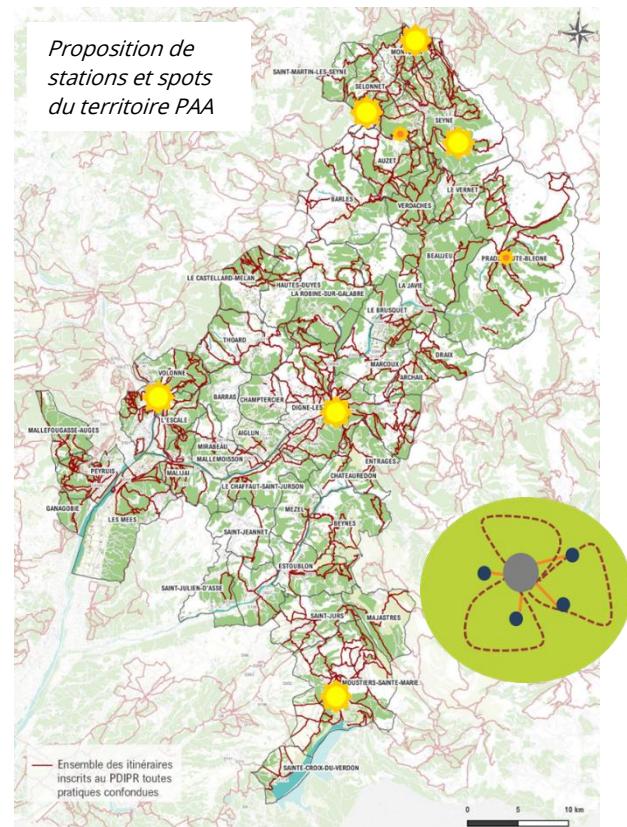
- Le trajet vers un site de pratique doit être valorisé comme un élément constitutif de l'expérience visiteur et non une contrainte. Plus qu'une action c'est une nouvelle façon de penser l'offre en APN, les connexions vers les sites de pratique par des mobilités douces, des transports en commun, du covoiturage ...
- Renforcer des polarités permet également de rationaliser l'offre en services.

Contenu de l'action

- Identifier, sécuriser, valoriser les connexions permettant d'accéder à un site de pratique autour des stations du territoire : Stations de Montclar, Grand-Puy/Seyne, Chabanon, Digne-les-Bains, Moustiers/Ste-Marie, Château-Arnoux. Une organisation plus resserrée autour de spots peut venir compléter le dispositif.
- Intégrer dans la signalisation de randonnée les connexions vers les sites de pratique en déclin.
- Sensibiliser les loueurs pour un développement de la location de VAE sur Digne-les-Bains en complément de l'offre existante en stations, à Château-Arnoux.
- Promouvoir les offres sans voiture du territoire.
- Valoriser des exemples d'itinérances 2 jours autour d'un hébergement unique (à pied, en vélo, en VTT).

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget :** Budget constant agglomération / office de tourisme
- **Echéance :** 2023-2024
- **Partenaires techniques :** Offices de tourisme, Département, parc naturel régional du Verdon, Unesco Géopoarc



Univers de référence



*Mountain Wilderness France et le Conseil départemental 04 « 10 idées de sorties montagne sans voiture dans les Alpes de Haute-Provence ».

Exemple produit offre combiné Roc n' Vol sur Moustiers-Ste-Marie

Vol montagne en parapente biplace

La rencontre de nos compétences et l'alliance de nos connaissances:

Randonnez en montagne puis, du sommet, envolez vous en parapente biplace pour découvrir le Verdon autrement.

Randonnée adaptée à vos capacités physiques et aux réalités météorologiques/aérologiques du jour: comptez entre 2h et 3h de marche, suivie d'un repos et picnic contemplatif. Plan de vol déterminé d'après la qualité des ascensions et de vos envies: durée de vol variable entre 10 min et 40 min



REÇU EN PREFECTURE

le 17/02/2023

Schéma des activités outdoor – 2023-2026

Application agréée E-legalegal.com

21_RP-004-200067437-20230208-19_08022023

Action 9 : Développer une offre de découverte par l'itinérance de l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence

Objectif de l'action

Les attentes des pratiquants sports de nature au cours de leurs vacances dans le cadre d'une activité de loisirs portent sur la qualité de l'expérience vécue, la valorisation patrimoniale et paysagère. Il paraît nécessaire de s'appuyer et ajuster l'offre actuelle de l'Unesco Géoparc de Haute-Provence pour développer et rendre lisible ces nouveaux produits.

Contenu de l'action

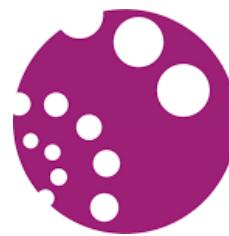
Passer des routes de la découverte du patrimoine de l'Unesco Géoparc de Haute-Provence (à faire en voiture) à une déclinaison d'itinéraires, de produits valorisant l'itinérance à pied, à vélo sur route, en VTT, à cheval ...

- Recommander, à partir des nombreux aménagements de site et des pupitres d'interprétation installés par le GEOPARC, des parcours thématiques cyclo, rando, trail, VTT sur le site internet Unesco Géoparc de Haute-Provence en lien avec la plateforme internet Provence Alpes Outdoor.
- Éditer un topoguide de randonnée pédestre à diffusion nationale.
- Jalonner des itinéraires cyclables et éditer des fiches parcours.
- Faire évoluer le produit emblématique du Refuge d'art vers une découverte à la journée, une à deux nuits en refuge ...

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Unesco Géoparc de Haute-Provence
- **Budget :** Topoguide rando - 40 000 € HT | Jalonnement cyclable sur route - 50 000 €
- **Echéance :** 2024-2025
- **Partenaires techniques :** Provence Alpes Agglomération, Département

Univers de référence



**UNESCO
GÉOPARC
HAUTE
PROVENCE**

Action 10 : Repositionner / développer des produits vers un public moins sportifs

Objectif de l'action

La clientèle touristique en séjour sur le territoire est principalement familiale et il convient de valoriser une offre moins sportive, plus accessible pour satisfaire cette clientèle.

Contenu de l'action

- Réaliser un topoguide ou livret multi-pratique des itinéraires / activités à pratiquer en famille sur le territoire.
- Accompagner le développement de la location de VTTAE, VAE sur Digne-les-Bains en complément de l'offre existante.
- Proposer des produits VTTAE sans difficulté technique.
- Développer en saison estivale des évènementiels sur routes fermées à profil descendant comme sur la vallée du Bès.
- Passer du bike Park Grand Puy à une offre loisirs à profil descendant.
- Continuer l'aménagement de sites structurants grand public.
- Valoriser les sentiers de découverte du territoire.

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération, office de tourisme, communes
- **Budget :** Budget constant
- **Echéance :** 2023-2024
- **Partenaire technique :** Département

Univers de référence



Action 11 : Qualifier l'accueil sur les sites de pratique et les itinéraires de l'agglomération

Objectifs de l'action

- Incrire l'intégralité des sites de pratique d'intérêt de l'agglomération au PDESL.
- Améliorer l'accueil sur site (signalétique et aménagement).

Sites inscrits au PDESL (Source Département 04)

Pour rappel, le PDIPR et les itinéraires cyclables sont inclus dans le PDESL

2019

- Site de vol à voile en planeur, Seyne-les-Alpes

2021

- Via Ferrata du rocher de neuf heures, Digne-les-Bains
- Site naturel d'escalade de Saint-Jean, Château-Arnoux
- Site naturel d'escalade de Courbons, Digne-les-Bains
- Site naturel d'escalade de Chabrières, Beynes

2023 (projet)

- Site naturel d'escalade de Blégiers, Prads - Haute-Bléone

Contenu de l'action

- Prioriser les sites à inscrire (parapente, escalade à Moustiers-Ste-Marie).
- Accompagner le Département dans la mobilisation des élus et partenaires locaux.

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget :** Budget constant agglomération
- **Echéance :** 2023-2025
- **Partenaires techniques :** Département, Parc naturel régional du Verdon, communes



AXE 4 : PASSER DU TERRAIN DE JEU AU BIEN COMMUN ET PARTAGÉ

ENJEUX

Cet axe vise à engager une démarche vertueuse en matière de sports de nature à l'échelle de l'agglomération afin de faire évoluer les comportements des pratiquants par une meilleure connaissance des enjeux, une appropriation des problématiques locales et passer du terrain de jeu au bien commun et partagé.

ACTIONS À ENGAGER

12. Avoir une approche vertueuse dans les aménagements et les évènementiels
13. Sensibiliser les pratiquants aux enjeux environnementaux et à la conciliation des usages en milieu naturel
14. Observer, quantifier, évaluer la fréquentation

Action 12 : Avoir une approche vertueuse dans les aménagements et les évènementiels

Objectif de l'action

Réduire l'impact des sports de nature sur les milieux.

Contenu de l'action

- Qualifier le réseau d'itinéraires plutôt que le développer.
- Réduire le balisage par pratique et s'appuyer sur le balisage randonnée, les traces gpx, supprimer le PVC des plaquettes de jalonnement ...
- Encourager des évènementiels éco-responsables valorisant les circuits courts, la gestion des déchets, la limitation des transports individuels, dialoguer directement avec les pratiquants sur des enjeux de territoire ...
- Développement d'un kit manifestation.
- Accompagner les évènementiels dans leur démarche éco-responsable.

Mise en œuvre de l'action

- **Maîtrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget :** Constant
- **Echéance :** 2023
- **Partenaires techniques :** Département, Parc naturel régional du Verdon

Action 13 : Sensibiliser les pratiquants aux enjeux environnementaux et à la conciliation des usages en milieu naturel

Objectif de l'action

Le caractère émotionnel des sports de nature permet de mobiliser, s'émouvoir. Un travail de sensibilisation des pratiquants locaux, excursionnistes et touristiques est à engager.

Contenu de l'action

- Poursuivre le rôle de médiateur de l'agglomération.
- Sensibiliser, éduquer les pratiquants des sports de nature pour comprendre et mieux partager l'espace.
- Former les prestataires, les associations pour que les éducateurs sportifs soient des relais.
- Développer des temps d'échanges sur le terrain entre environnementalistes et pratiquants / habitants.
- Suivre le développement de Biodiv Sport pour une intégration future dans les outils de communication.

Mise en œuvre de l'action

- **Maitrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget :** Constant
- **Echéance :** 2024
- **Partenaires techniques :** Département, ONF, LPO, CERPAM, Unesco Géoparc de Haute-Provence...



Action 14 : Observer, quantifier, évaluer la fréquentation

Objectif de l'action

Evaluer la fréquentation des chemins et sites de pratique.

Contenu de l'action

- Valoriser le dispositif Outdoovision.
- Collecter chaque année les données de comptage du Département, PNR Verdon, Réserve Géologique.
- Analyser, quantifier le volume de pratique sur le territoire, croiser avec les zones à enjeu.
- Réaliser un rapport annuel.

Mise en œuvre de l'action

- **Maîtrise d'ouvrage :** Provence Alpes Agglomération
- **Budget :** Constant
- **Echéance :** 2023
- **Partenaires techniques :** Département, ONF, office de tourisme, l'UNESCO Géoparc, PNR Verdon, Réserve Géologique





SYNTHÈSE DES ACTIONS

Axe	N°action	Action - calendrier prévisionnel de mise en oeuvre	Maitrise d'ouvrage	2023	2024	2025	2026
1	1	Décliner un marqueur de la politique de l'agglomération en matière d'APN	PAA				➡
1	2	Promouvoir l'offre en activité de pleine nature de l'agglomération	PAA				➡
1	3	Soutenir la pratique des habitants	PAA				
2	4	Animer un réseau des acteurs socioprofessionnels	PAA / Office de tourisme				➡
2	5	Accompagner / qualifier les évènementiels sports de nature du territoire	PAA				➡
2	6	Diversifier l'offre hivernale pour satisfaire une clientèle de non-skieurs en station	Stations / Communes				
2	7	Poursuivre la communication et la commercialisation de produits outdoor	Office de tourisme				➡
3	8	Structurer l'offre autour de Stations et Spots d'activités outdoor	PAA / Office de tourisme				➡
3	9	Développer une offre de découverte par l'itinérance de l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence	PAA / Géoparc				
3	10	Repositionner / développer des produits vers un public moins sportifs	PAA / Office de tourisme / Communes				➡
3	11	Qualifier l'accueil sur les sites de pratique et les itinéraires de l'agglomération	PAA / Département				
4	12	Avoir une approche vertueuse dans les aménagements et les évènementiels	PAA				➡
4	13	Sensibiliser les pratiquants aux enjeux environnementaux et à la conciliation des usages en milieu naturel	PAA				➡
4	14	Observer, quantifier, évaluer la fréquentation	PAA				➡



provence alpes agglo

Provence Alpes Agglomération
4 rue Klein
04000 DIGNE-LES-BAINS
Tel : 04.92.32.05.05

TRACES TPI

REÇU EN PREFECTURE

le 17/02/2023

Application agréée E-legalite.com

21_RP-004-200067437-20230208-19_08022023