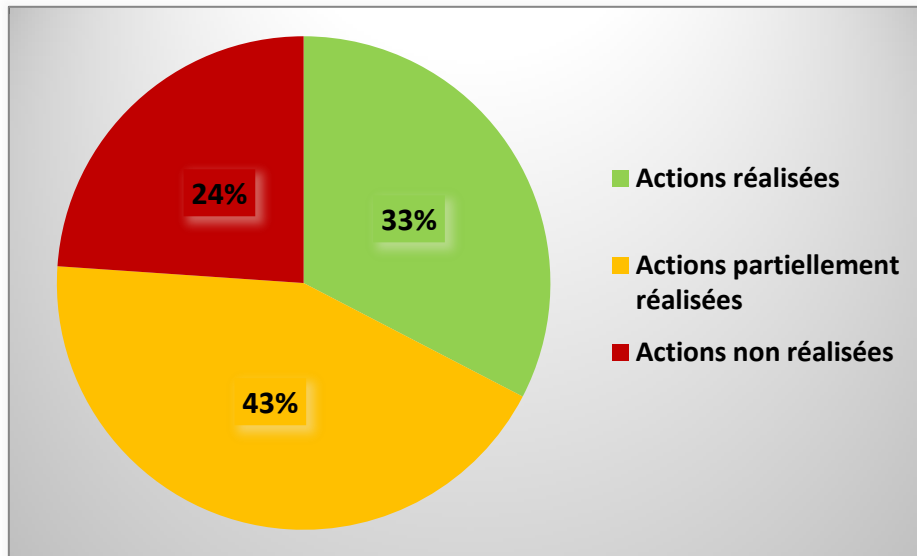


### DEGRE DE REALISATION DU PLAN D' ACTIONS



Actions réalisées	Actions partiellement réalisées	Actions non réalisées	Total
15	20	11	46

### ETAT DES LIEUX PAR AXE STRATEGIQUE DE LA CETD

<b>Axe stratégique 1: Fédérer les habitants et acteurs locaux autour du projet tourisme durable et développer les réseaux</b>	3
	5
	3
<b>Axe stratégique 2: Renforcer la mise en tourisme des atouts naturels, culturels et patrimoniaux identitaires du Parc</b>	3
	11
	3
<b>Axe stratégique 3: Guider les acteurs publics et privés vers les principes du tourisme durable</b>	2
	1
	2
<b>Axe stratégique 4: Qualifier et structurer une offre touristique durable emblématique du Parc</b>	3
	2
	2
<b>Axe stratégique 5: Renforcer la place du Parc dans un plan marketing régional partagé</b>	4
	1
	1

## Renouvellement de l'engagement dans la Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD) : BILAN 2013-2017

### BILAN COMPLET DU PLAN D' ACTIONS 2013-2017

<b>Axe stratégique 1 : Fédérer les habitants et acteurs locaux autour du projet tourisme durable et développer les réseaux</b>	
<b>Action n°1 : Mettre en place et animer le Forum permanent du tourisme durable</b>	
1.1 : Animer des temps de rencontre sous 3 formes	30%
1.2 Développer un outil de dialogue interactif	30%
<b>Action n°2 : Animer et développer le réseau des villes portes</b>	
<b>Action n°3 : Valoriser les productions agricoles dans la restauration</b>	
3.1 : Création d'un « menu Parc » saisonnier à base de produits locaux	30%
3.2 : Faciliter la mise en relation des producteurs et des restaurateurs	80%
3.3 : Poursuivre le marquage des productions agricoles	90%
<b>Action n°4 : Conforter les outils de communication visant à informer les habitants des initiatives et actions du Parc</b>	
<b>Action n°5 : Sensibiliser et « former » les habitants et les publics scolaires et jeunes à la protection de la nature et à la valorisation du patrimoine</b>	
5.1 : Consolider, développer les classes Parc (scolaires)	20%
5.2 : Organiser des formations/sensibilisation sur les techniques de constructions traditionnelles	80%
5.3 : Soutenir la mise en place de chantiers de bénévoles	80%
5.4 : Formation-sensibilisation en direction des centres de loisirs sans hébergement	80%
<b>Axe stratégique 2 : Renforcer la mise en tourisme des atouts naturels, culturels et patrimoniaux identitaires du Parc</b>	
<b>Action n°6 : Hiérarchiser, mieux qualifier/créer et promouvoir les itinéraires de randonnées emblématiques du Parc</b>	
6.1 Définir le cahier des charges « itinéraire emblématique »	50%
6.2 Définir le cahier des charges « itinéraire emblématique » : offre de circuits Parc	30%
6.3 Promouvoir prioritairement ces itinéraires	80%
6.4 Pérenniser, actualiser les supports du Parc existants	80%
<b>Action n°7 : Impulser, accompagner le développement de nouveaux modes d'itinérance et de randonnée</b>	
7.1 Etablir un état des lieux de l'offre, des besoins, des projets et des opportunités en matière	70%
7.2 Accompagner les collectivités dans la recherche de solutions adaptées	50%
7.3 Accompagner, soutenir le développement de nouveaux itinéraires thématiques	50%
<b>Action n°8 : Renforcer la valorisation des sites patrimoniaux</b>	
<b>Action n°9 : Disposer d'outils de découverte du territoire adaptés aux attentes des clientèles</b>	
9.1 Conforter le programme de sorties nature du Parc	80%
9.2 Créer des supports de découverte pour les enfants et familles	80%
9.3 Développer des outils Parc de M-Tourisme	95%
9.4 Utiliser les sports de nature comme vecteur de découverte des patrimoines naturels et culturels	80%
<b>Action n°10 : Définir la composante tourisme de la future Maison du Parc</b>	
<b>Action n°11 : Mettre en œuvre une politique événementielle forte et identitaire à partir des temps forts nationaux et régionaux</b>	
<b>Action n°12 : Faire de l'art contemporain un facteur de différenciation du Parc</b>	
12.1 Développer les « Echappées art contemporain » sur le Parc en partenariat avec l'association 5.25	70%
12.2 Travailler la médiation avec les acteurs du territoire	80%
12.3 Accompagner, soutenir les initiatives innovantes, originales	70%
<b>Axe stratégique 3 : Guider les acteurs publics et privés vers les principes du tourisme durable</b>	
<b>Action n°13 : Créer et programmer des actions de formation et de sensibilisation au tourisme durable adaptées aux différents acteurs du tourisme</b>	
13.1 Offices de tourisme et techniciens des collectivités	80%
13.2 Prestataires touristiques	80%
<b>Action n°14 : Organiser des éductours pour faire connaître le territoire</b>	
<b>Action n°15 : Engager une réflexion concertée sur les pratiques motorisées</b>	
<b>Action n°16 : Développer la marque Parc</b>	
<b>Axe stratégique 4 : Qualifier et structurer une offre touristique durable emblématique du Parc</b>	
<b>Action n°17 : Refondre le dispositif « Route des savoir-faire » pour en faire une démarche exemplaire en matière de tourisme responsable</b>	
<b>Action n°18 : Soutenir / accompagner les démarches qualité existantes au plan régional et national</b>	
<b>Action n°19 : Soutenir le développement des pratiques de tourisme solidaire et structurer l'offre</b>	
<b>Action n°20 : Soutenir les actions d'éco-mobilité en lien avec le Plan Climat Energie Territorial</b>	
20.1 Intégrer un volet tourisme dans l'étude sur les mobilités	80%
20.2 Soutenir, accompagner le développement d'initiatives visant à faciliter l'accessibilité et les modes de déplacement doux	80%
<b>Action n°21 : Accompagner les prestataires souhaitant s'engager dans une démarche de tourisme responsable</b>	
<b>Action n°22 : Devenir le relais entre opportunités et porteurs de projet à l'échelle du Parc</b>	
<b>Axe stratégique 5 : Renforcer la place du Parc dans un plan marketing régional partagé</b>	
<b>Action n°23 : Mettre en œuvre les outils d'observation du tourisme et de suivi et d'évaluation de la stratégie</b>	
<b>Action n°24 : Définir un plan d'action marketing cohérent avec la politique régionale</b>	
<b>Action n°25 : Promouvoir l'engagement des acteurs dans le tourisme durable</b>	
<b>Action n°26 : Définir les conditions de production des séjours responsables</b>	
<b>Action n°27 : S'appuyer sur les réseaux de distribution existants pour les commercialiser</b>	
<b>Action n°28 : Assurer le suivi des séjours produits sur le territoire</b>	
<b>Légende :</b>	
Taux estimé de réalisation de l'action	60%