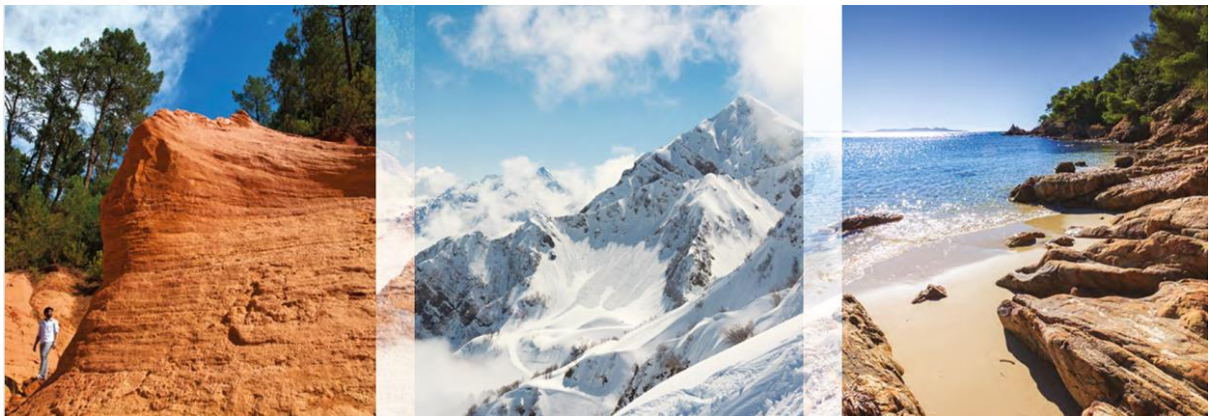




Faire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur la plus belle région d'Europe et un modèle européen de développement touristique durable et résilient

Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2023 - 2028



Sommaire

I- Renouveler la politique régionale pour faire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur un modèle de développement touristique d'excellence, durable et résilient

I-1 Le tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Un secteur économique d'excellence	p.6
Des atouts différenciants	p.6
Une filière concurrentielle, face à des transitions structurelles et des aléas conjoncturels	p.7

I-2 Bilan des 5 dernières années

Le Plan de croissance de l'économie touristique (SRDT) 2017-2022	p.7
Le plan de relance du tourisme régional 2020-2021	p. 8

I-3 Prospective et concertation

Du court au long terme : une étude des impacts de la crise sur les entreprises du tourisme	p.9
Des priorités pour le tourisme : les états régionaux de la relance 2021	p.10
Développer, accompagner et insuffler : les ateliers territoriaux et thématiques d'élaboration du SRDEII 2022-2027	p.10
Une démarche prospective : l'association des partenaires.....	p.10
Le cap : faire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur un modèle européen de développement touristique durable et résilient.	p.12
Le tableau de bord partagé	p.13

II- La table d'orientation du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2023-2028

II-1 Objectif 1 : conforter la notoriété et l'attractivité de Provence-Alpes-Côte d'Azur dans toute sa diversité et capitaliser sur les grands événements internationaux

Intensifier le déploiement et la promotion des marques monde	p.14
Placer le client au cœur des stratégies des destinations.....	p.14

Intégrer les richesses écologiques régionales et le tourisme durable dans la promotion	p.14
Développer le potentiel touristique de l'offre culturelle et événementielle.....	p.14

PROGRAMME MARQUES (p.15)
PROGRAMME GRANDS EVENEMENTS (p.17)

II-2 Objectif 2 : renforcer l'attractivité des métiers et la professionnalisation des acteurs du tourisme

Faire de la valorisation des métiers un levier d'attractivité pour l'emploi.....	p.19
Améliorer l'agilité et la lisibilité de l'offre de formation.....	p.19
Poursuivre la montée en compétences numérique, en gestion des ressources humaines, en management environnemental et en langues étrangères	p.19
Mobiliser les acteurs publics et privés au service de l'attractivité des métiers du tourisme et des loisirs.....	p.20

PROGRAMME COMPETENCES ET METIERS (p.21)

II-3 Objectif 3 : soutenir l'investissement et l'innovation

Renforcer le soutien à l'investissement et à l'innovation	p.23
Faciliter et enrichir l'information des professionnels sur le soutien régional	p.23
Soutenir la transition numérique et écologique des TPE du tourisme et des destinations	p.23
Favoriser la commercialisation de l'offre touristique	p.24

PROGRAMME INVESTISSEMENTS ET INNOVATION (p.25)

II-4 Objectif 4 : favoriser une organisation optimale des flux touristiques et une économie responsable pour des destinations préservées et des filières structurées

Sensibiliser les visiteurs au tourisme responsable et en structurer l'offre.....	p.27
----------------------------------------------------------------------------------	------

Renforcer la performance numérique des territoires afin de favoriser la commercialisation des services et prestations en ligne	p.27
Développer le tourisme de proximité.....	p.27
Encourager la mobilité durable et une gestion des flux touristiques raisonnée....	p.28
Poursuivre un accompagnement sur mesure des filières régionales prioritaires..	p.29

PROGRAMME DESTINATIONS DURABLES (p.29)

PROGRAMME ALTITUDE (p.31)

PROGRAMME MOBILITES (p.33)

PROGRAMME PROXIMITE ET FILIERES (p.35)

II-5 Fonction support : pilotage et gouvernance

Assurer le pilotage et l’animation du Schéma régional de développement touristique et des loisirs	p. 37
Développer des outils d’observation et de prospective.....	p. 37
Structurer la gouvernance institutionnelle de la compétence tourisme.....	p. 37

Annexes

Annexe 1- Le fil conducteur du SRDTL 2023-2028.....	p.39
Annexe 2- Les données chiffrées du schéma régional de développement touristique 2017-2022.....	p.39
Annexe 3- Les programmes d’action du SRDTL 2023-2028.....	p.41
Annexe 4- Détail prévisionnel des actions inscrites aux programmes du SRDTL 2023-2028.....	p.42

I- Renouveler la politique régionale pour faire de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur un modèle de développement touristique d'excellence, durable et résilient

I-1 Le tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Un secteur économique d'excellence

L'industrie touristique constitue un secteur économique d'excellence pour la région et un facteur d'attractivité et de développement durable pour son économie, ses emplois, ses territoires et ses habitants.

Le tourisme représente, en effet, sur le territoire, **20 milliards d'euros** de recettes annuelles, soit **13 % du PIB** (2ème région française), 30 millions de séjours touristiques annuels dont près de 7 millions réalisés par des touristes internationaux et 213 millions de nuitées.

Ce sont **25 000 entreprises TPE/PME**, principalement dans l'hébergement, la restauration, le transport et les activités de loisirs sportifs et culturels qui exercent dans le secteur, pour un volume de **149 000 emplois** (7,5 % des emplois régionaux) dont 120 000 emplois salariés (9 % des emplois salariés régionaux).

Des atouts différenciants

La région bénéficie d'un taux d'ensoleillement très élevé, d'un patrimoine naturel allant de la mer à la montagne en passant par la campagne, d'une diversité culturelle des territoires et d'un éventail très large d'activités de loisir.

PANORAMA

- 900 km de littoral méditerranéen,
- 135 ports de plaisance,
- 13 parcs naturels nationaux et régionaux, représentant 60 % du territoire de la région sud,
- 68 stations de ski,
- Plus de 25 centres des congrès, de nombreux parcs d'exposition, des lieux événementiels d'exception,
- 4 aéroports internationaux, 2 aéroports d'affaires 155 gares d'Avignon à Menton,
- 400 musées dont 5 nationaux, 2 200 monuments classés et 5 sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco, 20 festivals de renommée mondiale,
- 52 offices du tourisme intercommunaux pour informer, orienter le public dans l'organisation et le déroulé de son séjour.

Une filière concurrentielle, face à des transitions structurelles et des aléas conjoncturels

Forte de ces atouts, la filière n'en demeure pas moins très concurrentielle et ses acteurs doivent en permanence s'adapter aux **évolutions sociétales, environnementales et technologiques**.

Ainsi, ces dix dernières années, la demande des consommateurs a fortement évolué vers un tourisme plus respectueux, plus proche de la nature, nécessitant de préserver notre écrin et plaçant, alors, la protection et la valorisation de l'environnement au cœur des **nouveaux enjeux de développement touristique**, tant sur le plan de la qualité des hébergements, que de la nature des activités ainsi que des produits touristiques à proposer.

Après l'attentat du 14 juillet 2016 à l'occasion du carnaval de Nice, le tourisme a, par ailleurs, été l'un des secteurs les plus impactés par la **pandémie de COVID 19**, au grès des confinements successifs et de l'évolution des protocoles sanitaires et s'annonce, également touché par les conséquences de la guerre en Ukraine (absence de fréquentation de certaines clientèles internationales, impact global sur l'énergie, inflation ...).

I-2 Bilan des 5 dernières années

Afin de renouveler son schéma régional de développement touristique (SRDT), la Région, en collaboration avec le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, s'est appuyée sur un important travail de bilan du Plan de croissance de l'économie touristique mis en œuvre entre 2017 et 2022, sur une étude quant au tourisme de demain, ainsi que sur les propositions issues des États régionaux de la relance, des ateliers territoriaux et thématiques d'élaboration du [SRDEII 2022-2028](#) et, enfin, sur un bloc de concertations internes et externes, menées de l'automne 2021 au printemps 2022.

Le Plan de croissance de l'économie touristique (SRDT) 2017-2022

Conscient de la nécessité d'impulser une nouvelle dynamique en faveur du développement touristique de Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'exécutif régional a approuvé, le 17 mars 2017, un Schéma régional de développement touristique 2017-2022 particulièrement offensif. En choisissant de l'intituler « Plan de croissance de l'économie touristique », il affirmait sa forte volonté d'inscrire cette filière stratégique dans des objectifs de croissance économique et d'emplois pour la région.

Cette feuille de route ambitieuse avait pour objectif d'amener Provence-Alpes-Côte d'Azur dans la nouvelle ère du développement touristique et lui permettre de reconquérir durablement son leadership international, à travers 3 axes stratégiques :

- **Renouveler l'attractivité de ses destinations,**
- **Renforcer la compétitivité de l'offre et des entreprises touristiques,**
- **Innover et répondre aux défis de demain.**

Répartis sur les 8 programmes ci-dessous, une dizaine de dispositifs ont pu être élaborés en faveur des professionnels du tourisme et 62 chantiers entrepris en faveur de la promotion et du développement touristique.

- MARK : Marques et marketing ;
- SMART : Destinations infrarégionales structurées, connectées et exemplaires ;

- CAPE : Croissance, accompagnement, performance des entreprises ;
- NEXT : Nouvelles Expériences Touristiques ;
- ALTITUDE : Adaptation de l'offre touristique de montagne ;
- ACE : Attract Congress and Events, conquête des grands événements professionnels ;
- FORME : Formation et emploi ;
- PILOTE : Pilotage, observation, tendance, évaluation.

Concomitamment à l'avancement de ces différents chantiers, la Région, à la fois chef de file en matière économique et ensemble de la compétence tourisme à l'échelle régionale, joue un rôle déterminant pour impulser et nouer des partenariats stratégiques et des démarches proactives avec les autres collectivités compétentes et des actions en matière de tourisme.

Les données clés du bilan du schéma régional de développement touristique 2017-2022 sont consultables en annexe du document (annexe 2).

QUELQUES AVANCEES MAJEURES

- 3 marques monde reconnues
- 5 contrats de filière (tourisme d'affaires et de congrès, vélo, croisière, nautisme et plongée, écotourisme)
- Le renforcement du Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur
- 5 destinations touristiques infra régionales
- Un système touristique d'information harmonisé grâce à Apidae sur 100 % de son territoire

Ainsi le secteur du tourisme depuis 2017 s'est fortement structuré, mobilisé, professionnalisé et renforcé. Ces résultats sont représentatifs non seulement de l'action de la Région et du Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, mais de tous les acteurs institutionnels (syndicats professionnels, Chambres de commerce et d'industrie, agences de promotion, collectivités et offices de tourisme et naturellement des professionnels) car ce schéma est le fruit de ce travail collectif régional.

Le plan de relance du tourisme régional 2020-2021

Depuis le mois de mars 2020, les professionnels du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur subissent de plein fouet les conséquences de la crise sanitaire et économique engendrée par la pandémie de COVID 19.

L'épidémie de coronavirus a mis un coup d'arrêt brutal au développement de l'économie touristique et l'a très durement impactée. Ainsi, en 2020, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur a enregistré une baisse historique et sans précédent de sa fréquentation touristique : moins 44 millions de nuitées, soit une baisse de 21% par rapport à 2019.

Les dépenses des visiteurs, en 2020, se sont effondrées à des niveaux très sévères. Moins 50 % de fréquentation hôtelière, un secteur de l'événementiel stoppé net, avec l'annulation des festivals et des spectacles ; bars, restaurants, musées, salles d'exposition, zoos et parcs de

loisirs fermés pendant 6 mois, sans oublier des remontées mécaniques à l'arrêt. Ces restrictions ont engendré une perte massive pour les acteurs du tourisme. Ainsi, selon une première estimation, les retombées économiques ont atteint seulement près de 13 milliards d'euros, au lieu des 20 milliards habituels (soit 35 % de moins - Source CRT Sud).

Afin de faire face à ces impacts multiples, la Région, en lien avec les Métropoles, les Départements et les EPCI dotés de la compétence tourisme, directement ou indirectement, a réagi très vite pour soutenir, accompagner, et même accélérer les mutations à l'œuvre.

Dans le cadre du plan d'urgence, les professionnels du tourisme ont bénéficié de mesures pour les aider à pérenniser leur trésorerie et à sauvegarder les emplois sous forme d'aides directes, de garanties bancaires ou de prêts, ainsi que de suspensions ou reports de charges.

En complément de ces aides, permettant d'apporter les premières réponses à une situation d'urgence, la Région a souhaité accompagner les professionnels du tourisme de manière spécifique avec le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, dans la phase de reprise de leur activité, par un plan de relance décliné selon 7 mesures principales : la campagne de relance nationale « *On a tous besoin du Sud* » au moment de la fermeture des frontières, le dispositif chéquiers vacances « *au secours du tourisme* », 15 plateformes de commercialisation des offices de tourisme soutenues, l'appui structurel à l'offre, à travers une dotation exceptionnelle du Fonds d'innovation régional pour les services touristiques (FIRST), le dispositif « *reprise des acteurs du tourisme par l'innovation et l'optimisation numériques* » (REACTION), le dispositif « *Attract Congresses and Events, post Relance Covid* » de soutien au secteur événementiel régional, et enfin la mobilisation de 4 M€ dans le cadre du Fonds « *INVESTour* », pour accompagner le rebond des entreprises du secteur.

Depuis le mois de mars 2020, plus de 20 M€ ont ainsi été mobilisés par la Région, spécifiquement pour encourager la reprise du secteur du tourisme.

Malgré l'urgence avec laquelle ces mesures ont été prises, des enseignements ont pu être tirés de cette situation :

- **Développer l'innovation numérique et le développement durable** constituent les deux virages majeurs que doivent prendre l'économie du tourisme et les destinations,
- **Relancer l'activité des entreprises touristiques par le soutien à l'investissement,**
- Poursuivre la réforme de l'action des collectivités, notamment **en simplifiant l'exercice de la compétence tourisme,**
- Renforcer les **moyens d'observation et de veille** et les systèmes d'information, pour prévenir et réagir plus rapidement en cas de crise.

I-3 Prospective et concertation

Du court au long terme : une étude des impacts de la crise sur les entreprises du tourisme

Dans le cadre des actions de soutien et de relance engagées, la Région s'est dotée de l'étude « *Région Sud - Impact de la crise sur les entreprises du tourisme et ajustement des dispositifs de soutien et de relance* » (3 février 2022).

Ces travaux ont conduit à trois niveaux de réflexion :

- **A court terme, maintenir une activité en temps de crise et préserver les emplois ;**
- **A moyen terme, s'adapter à la demande et organiser la relance ;**
- **A long terme, anticiper les nouvelles tendances et formes de tourisme.**

Des priorités pour le tourisme : les états régionaux de la relance 2021

L'atelier *Priorités pour le tourisme (4 novembre 2021)* s'est déroulé autour des trois enjeux des transitions numérique et durable, de l'emploi et de la formation ainsi que des deux postulats du renforcement des trois marques monde Provence, Alpes, Côte d'Azur et du développement d'une économie touristique durable.

Sont ressortis des contributions des participants de principaux enseignements tels que :

- **Faire évoluer l'offre touristique vers la durabilité, en particulier sur les mobilités ;**
- **Augmenter les investissements à court et à moyen termes ;**
- **Accompagner la montée en compétences des employeurs, former et fidéliser les talents ;**
- **Poursuivre la promotion de la destination, via les marques monde et les événements sportifs ;**
- **Développer et diversifier les filières.**

Développer, accompagner et insuffler : les ateliers territoriaux et thématiques d'élaboration du [SRDEII 2022-2028](#)

En matière de tourisme, les séances d'échanges ont abouti à la description des trois axes suivants :

Développer le tourisme de paysage et de patrimoine touristique ; les liens avec l'agriculture, les produits de terroir, les savoir-faire locaux, les circuits courts ; l'hébergement touristique rural, y compris sur des niches haut de gamme ; les clientèles touristiques autour du sport et de la culture ; le tourisme de loisirs et sa commercialisation ; le tourisme de proximité (intra régional et régions proches) mais aussi national et international; des offres et circuits décarbonés, les mobilités douces ; les filières stratégiques déjà engagées ou à développer, telles que l'itinérance ; les innovations sociétales et technologiques ; la gestion des flux et la gestion des risques.

Accompagner les professionnels dans l'observation et l'appréhension des nouvelles tendances pour élargir leurs offres ; le développement du numérique et la transition environnementale et énergétique ; le développement des offres sur tous les segments de clientèle et de prix ; les démarches grâce à un guichet adapté aux petites entreprises et faciliter l'accès aux aides et dispositifs ; l'investissement dans la montée en gamme et la diversification : offres 4 saisons, coworking et Co living, télétravail ; l'accès Internet haut débit dans toutes les zones, les bornes électriques; l'appropriation des marques et l'utilisation de certains labels environnementaux ; la montée en compétence des entreprises ; l'engagement des professionnels de l'événementiel dans la norme ISO 20 121 ; la diversification touristique.

Insuffler la transition climatique comme objectif permanent et transversal, global et individualisé ; la coordination de la politique régionale des transports avec les attentes des clientèles touristiques et la gestion des flux ; l'appréhension des valeurs et de l'architecture des marques régionales, sur le tourisme, les loisirs, les produits proches ; l'attractivité des villes petites et moyennes, en toute saison ; la capitalisation des Jeux olympiques de Paris 2024 ; l'animation des territoires, pour diversifier et désaisonnaliser l'économie touristique.

Une démarche prospective : l'association des partenaires

Le schéma régional de développement touristique et des loisirs (SRDTL) est un document prospectif pluriannuel prévu par le Code du Tourisme (article L 131-1). Il constitue le socle de la politique touristique régionale élaborée en concertation. Il s'inscrit pleinement dans la

dynamique économique régionale et de manière opérationnelle dans le cadre des axes stratégiques du Schéma régional de développement économique.

Le fil conducteur du schéma régional de développement touristique 2023-2028 est consultable en annexe du document (annexe 1).

Il n'est, en revanche, pas prescriptif. Le tourisme demeure donc toujours une compétence partagée entre différents échelons de collectivités territoriales ; ce qui les engage à se fédérer pour mutualiser les moyens. En attendant une révision de cette situation, le partenariat et la mobilisation collective s'imposent aux Départements, aux Métropoles, et aux établissements publics de coopération intercommunale (qui disposent tous de leur propre politique) comme à la Région.

UN DOCUMENT PROSPECTIF

Ensemble de la compétence tourisme à l'échelle régionale (départements, intercommunalités), le nouveau schéma régional de développement du tourisme et des loisirs est celui de tous les acteurs du tourisme publics et privés de Provence Alpes Côte d'Azur. Les EPCI, Métropoles et Départements pourront prendre appui sur ce dernier pour trouver les complémentarités avec les schémas territoriaux.

Une élaboration partenariale du Schéma régional de développement touristique et des loisirs 2023-2028 a donc été privilégiée, sur la base d'un diagnostic partagé, d'une stratégie et d'un plan d'actions coconstruits, afin qu'il soit la référence de l'ensemble des acteurs institutionnels et socio-professionnels du tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Une dynamique collective a permis des échanges privilégiés avec, notamment, le Comité régional de tourisme, les 6 départements et leurs agences de développement, les branches professionnelles, la Fédération régionale des offices de tourisme, les parcs naturels régionaux et nationaux, les filières, etc.

La Région a, également, été soucieuse de développer des partenariats stratégiques avec des acteurs clés pour le secteur, tels qu'Atout France, les réseaux consulaires, l'Ademe, la Direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités (Dreets), Pôle Emploi etc.

Elle s'est attachée, enfin, à intégrer des politiques contributives du tourisme comme la mer et la biodiversité, la culture, le patrimoine, la montagne, les parcs naturels régionaux, les transports et l'aménagement du territoire.

Le cap : faire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur un modèle européen de développement touristique durable et résilient.

Ainsi, l'intention est d'accompagner l'économie touristique vers un tourisme toujours plus responsable tout en apportant, avec agilité, le soutien nécessaire à ses acteurs économiques, face aux perturbations constantes qu'ils rencontrent.

Ce plan régional porte les trois enjeux des transitions numérique et environnementale et de la professionnalisation en développant, notamment, les loisirs et l'offre à destination des clientèles nationale et de proximité, tout en conservant ses parts de marché à l'international :

- **La transition numérique** : la crise, les évolutions technologiques mais aussi les pratiques et processus imposent d'amplifier la digitalisation du tourisme. Déjà fortement engagée lors du précédent schéma, il convient de la poursuivre pour rester performants, voire en avance sur d'autres destinations.
- **La transition environnementale** : le tourisme devra contribuer aux objectifs de décarbonation, d'adaptation des territoires et productions aux changements climatiques, de mobilité durable, de gestion des flux, d'économie circulaire et de circuits courts, de sobriété et de préservation des ressources.
- **Emploi/formation** : la réussite de la croissance touristique régionale est conditionnée par une mobilisation collective en particulier Etat/Région contribuant à l'emploi, à la valorisation des métiers et la formation de ses acteurs.

L'ACTION REGIONALE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Elle se structure en 4 objectifs principaux, déclinés dans le cadre de programmes opérationnels regroupant des dispositifs d'accompagnement et de soutien à destination de trois cibles : les entreprises, les filières, les territoires.

Le tableau de bord partagé

OBJECTIF 1 : Conforter la notoriété et l'attractivité de Provence-Alpes-Côte d'Azur dans toute sa diversité et capitaliser sur les grands événements internationaux

PROGRAMME MARQUES

PROGRAMME GRANDS EVENEMENTS

OBJECTIF 2 : Renforcer l'attractivité des métiers et la professionnalisation des acteurs du tourisme

PROGRAMME COMPETENCES ET METIERS

OBJECTIF 3 : Soutenir l'investissement et l'innovation

PROGRAMME INVESTISSEMENTS et INNOVATION

OBJECTIF 4 : Favoriser une organisation optimale des flux touristiques et une économie responsable pour des destinations préservées et des filières structurées

PROGRAMME DESTINATIONS DURABLES

PROGRAMME ALTITUDE

PROGRAMME MOBILITES

PROGRAMME PROXIMITE ET FILIERES

FONCTION SUPPORT : Pilotage et gouvernance

II- La table d'orientation du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2023-2028

II-1 Objectif 1 : conforter la notoriété et l'attractivité de Provence-Alpes-Côte d'Azur dans toute sa diversité et capitaliser sur les grands événements internationaux

Intensifier le déploiement et la promotion des marques monde

Depuis 2017, la région est forte de la notoriété des 3 marques monde Provence, Alpes et Côte d'Azur dont le rayonnement est important à l'international, ainsi que de l'attractivité de ses destinations infra régionales, sur les marchés national et européen.

Avec des gouvernances et des stratégies marketing partagées, ces destinations continueront à être portées et promues par [le Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur](#) sur les marchés internationaux comme nationaux. Leur déploiement local sera renforcé et leur utilisation par l'ensemble des acteurs du tourisme facilitée.

Considérant les enjeux climatiques et de durabilité, s'impose la nécessité de mener une stratégie marketing cohérente entre la promotion internationale, principalement adressée par les marques monde qui ont une forte notoriété naturelle, et la promotion nationale et locale des marques infrarégionales, connues sur les marchés de proximité.

Placer le client au cœur des stratégies des destinations

Les stratégies marketing et numérique des destinations devront articuler, de façon plus harmonieuse, l'offre patrimoniale (muséale et des paysages) et événementielle (culturelle, sportive, business) avec les attentes des touristes dans leur parcours client.

Face aux aléas qui ont impacté le tourisme, il est, en effet, crucial de **poursuivre une stratégie orientée client, qui anticipe et respecte les attentes et le parcours de celui-ci, dans toutes les composantes de son « voyage »** : valeurs des marques, développement de la notoriété, mise en avant de l'offre, stimulation de la vente, accueil sur le territoire, fidélisation, recommandation...

Intégrer les richesses écologiques régionales et le tourisme durable dans la promotion

La biodiversité, les paysages, le [Plan Climat Air Energie Territorial](#) ainsi que la responsabilité environnementale et sociétale des entreprises doivent devenir des atouts touristiques différenciants de la région et de ses territoires. Ils devront enrichir les valeurs des marques monde et leur promotion.

Développer le potentiel touristique de l'offre culturelle et événementielle

Enfin, l'OIR « Tourisme et Industries créatives », confirmée sur son périmètre au croisement de la culture, du tourisme et du numérique, verra sa feuille de route actualisée afin d'accompagner les projets structurants pour le tourisme.

Les objectifs seront, notamment, les suivants : enrichir les expériences touristiques via le numérique, développer un tourisme durable, de nouvelles offres touristiques, accueillir et créer des événements à fort potentiel économique et renforcer et sécuriser les emplois.

Programme MARQUES

Eléments de diagnostic et d'enjeux

Dans un univers concurrentiel exacerbé depuis la crise de 2020, et en raison du défi de la transition écologique, **ces marques monde Provence, Alpes et Côte d'Azur doivent, à la fois, assurer l'attractivité régionale et incarner la volonté de la Région d'être 100% Climat positif.** Tout en capitalisant sur ces marques Monde à l'international, des actions seront conduites en direction des marchés régional et national ainsi que sur les marchés européens de proximité.

Lié à la marque Région Sud, il faudra qu'elles participent à la promotion du caractère différenciant de celle-ci et à la poursuite d'une stratégie orientée vers les attentes du client dans toutes les composantes de son « voyage ».

Ainsi, les marques monde devront progressivement prendre en compte :

- La valorisation de l'authenticité de la destination Provence Alpes Côte d'Azur afin de garder une spécificité concurrentielle liée à l'histoire, aux habitants et aux traditions ;
- La préservation des espaces naturels et paysages typiques de la destination, afin de préserver l'écrin qui contribue aujourd'hui à son attractivité naturelle.

Contenu

Le programme MARQUES recouvre les axes de la stratégie marketing des trois destinations touristiques Provence, Alpes et Côte d'Azur.

Il permet aux socio professionnels de :

- S'engager dans un même objectif de structuration d'une stratégie marketing collective et pro active et de partager sa mise en œuvre autour du Comité régional de tourisme Provence Alpes Côte d'Azur ;
- D'être ainsi pleinement acteurs et ambassadeurs de la destination ;
- Conquérir, en collectif, des marchés prioritaires, national et régional tout en maintenant ceux acquis à l'international ;
- Mettre en marché les produits et les offres, via le portail des trois marques, soutenu par un écosystème touristique digital qui favorise un parcours client efficient.

Finalités

- Contribuer à l'attractivité et à la qualité de la destination, tout en valorisant et en préservant les richesses écologiques régionales ;
- Créer une chaîne de valeurs efficiente, entre le temps de la production de l'offre, de sa promotion et de sa pré commercialisation.

Indicateur(s)

- Budgets fédérés autour d'une stratégie commune et des actions qui en découlent

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

MARQUES

Action 1 – Fédérer les acteurs du tourisme au service d’une dynamique régionale collective avec des plans d’actions et une stratégie partagée

Action 2 – Renforcer l’appropriation par les acteurs du tourisme de la Région, des marques monde et de leurs valeurs

 **Action 3 - Développer la notoriété des destinations monde et la mise en marché des offres touristiques associées**



Action 4 – Se doter des outils nécessaires à la mise en œuvre des actions de promotion et de communication

Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du Schéma

Pilote : Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d’Azur

Partenaires : Agences de développement et de promotion touristique, Atout France, Offices de tourisme, professionnels, ...

 **La puce, en forme d’étoile et de couleur rouge, identifie l’action phare de chaque programme.**

Programme GRANDS EVENEMENTS

Eléments de diagnostic et d'enjeux

Les grands événements économiques représentent 6 % de la clientèle touristique en Provence, Alpes et Côte d'Azur, et 38 % des nuitées de l'hôtellerie, moyenne et haut de gamme, générant plus de 1,8 million de séjours et 10 millions de nuitées.

Depuis 2017, La Région a soutenu l'ensemble des acteurs de la filière fédérés autour du pôle [Provence Côte d'Azur Events/Linkeus](#) en collaboration avec le CRT Provence Alpes Côte d'Azur.

Plusieurs enjeux mobilisent la filière Meetings, Incentives, Conférences, Exhibitions (MICE) particulièrement impactée par la crise sanitaire et dans la nécessité de s'adapter aux enjeux climatiques :

- Maintenir l'attractivité internationale et s'ouvrir davantage aux marchés national et européen de proximité ;
- Attirer des événements hybrides mais dont le territoire peut être « tête de pont en présentiel » au regard des pépites et secteurs stratégiques régionaux ;
- Accompagner la transition écologique du secteur et la RSE des entreprises du tourisme d'affaires ;
- Accompagner l'évolution de l'offre (parcs d'exposition et lieux de congrès vieillissants, développement des lieux insolites, offre business pour les événements culturels et sportifs, diversification des activités des lieux d'accueil) et de la demande des clients « affaires » (liée aux mutations du travail).

Contenu

Face à une concurrence accrue des pays voisins, la Région souhaite continuer à stimuler l'industrie des rencontres et des événements professionnels dans notre région, et en particulier :

- Encourager l'accueil de nouveaux événements économiques en région Sud, dans les domaines stratégiques de la Région (industrie, innovation, information sur les métiers, la finale des WorldSkills en 2025) ;
- Accompagner la filière Tourisme d'affaires et de congrès dans ses mutations ;
- Développer l'hospitalité des événements culturels et sportifs, dont la préparation de la candidature JO 2034-2038, la Coupe du monde de Rugby 2023 et les JO 2024.

Finalités

Atouts majeurs pour le développement économique de notre région, les congrès, les salons professionnels et les conventions d'affaires génèrent des fréquentations touristiques à forte valeur ajoutée et induisent d'importantes retombées en matière économique et d'emploi.


Ils constituent un important levier d'attractivité pour le territoire et contribuent à valoriser le tissu économique et scientifique de la région, améliorent sa visibilité et son rayonnement international en tant que destination touristique.

Indicateur(s)

- Nombre d'adhérents de la filière Tourisme d'affaires
- Nombre d'événements soutenus via le dispositif ACE

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

GRANDS EVENEMENTS

 **Action 1** – Contribuer à l'accueil et l'optimisation économique de la Coupe du Monde de Rugby en 2023, des épreuves nautiques des JO en 2024 et candidater à l'accueil des JO 2034-2038

Action 2 – Poursuivre le plan d'actions filière Tourisme d'Affaires et de Congrès

Action 3 – Développer les « side events business » et l'hospitalité en regard de l'événementiel culturel et sportif

Action 4 - Renforcer l'organisation d'évènements exemplaires (tri, recyclage, maîtrise énergétique, circuits courts, ...)



Action 5 – Attirer de nouveaux grands évènements économiques nationaux et européens (finale des WorldSkills en 2025 par exemple)

Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du SRDTL

Pilote : la Région en lien avec le Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur, Rising Sud et LINKEUS (convention bureau Provence-Alpes-Côte d'Azur)

Partenaires : adhérents de LINKEUS, UNIMEV, Atout France, agences départementales, ADEME, les offices de tourisme et les palais des congrès des grandes métropoles, chambres consulaires

II-2 Objectif 2 : renforcer l'attractivité des métiers et la professionnalisation des acteurs du tourisme

L'excellence touristique sera, avant tout, l'excellence des services proposés par les professionnels.

Or, de fortes tensions sur l'emploi touristique ont été amplifiées par la crise sanitaire et économique engendrée par la pandémie de COVID 19. Les difficultés à recruter et à fidéliser sont particulièrement prégnantes dans les métiers de l'accueil et du service.

Faire de la valorisation des métiers un levier d'attractivité pour l'emploi.

Les acteurs régionaux du tourisme concourront, également, à **rendre plus attractifs et à valoriser les métiers** afin d'accompagner la facilitation des embauches et la fidélisation des équipes.

Le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur a déjà entrepris une campagne multi-canal de valorisation des métiers du tourisme, en partenariat avec les branches professionnelles et les principaux acteurs institutionnels de l'emploi, qu'il s'agira de poursuivre en lien avec les initiatives complémentaires qui devraient être prises au niveau national.

Ainsi, il sera impulsé un différenciant régional, tout en favorisant le développement, la diversification et la sécurisation des parcours professionnels et la mise en place d'engagements réciproques entre les chefs d'entreprises et les salariés.

Améliorer l'agilité et la lisibilité de l'offre de formation.

Il s'agira de faciliter le recours des entreprises aux dispositifs existants (commande publique ouverte aux demandeurs d'emploi, appels à projets, OPCO, DREETS ...) en présentant, notamment, une offre de formation plus lisible et accessible et de veiller à renforcer l'accompagnement et la labélisation des professionnels.

L'action de la Région et de ses partenaires tendra, alors, à favoriser l'employabilité, l'adaptation des formations aux besoins des entreprises et des territoires, la visibilité et la simplification de l'accès aux actions de professionnalisation.

Tels sont les enjeux du Contrat de Plan Régional de Développement des Formations et de l'Orientation Professionnelle ainsi que de la convention de partenariat avec Pôle Emploi destinée à mieux articuler les besoins des entreprises avec les formations régionales.

Les perspectives de qualification et d'évolution des salariés, qu'ils soient saisonniers ou permanents, à temps partiel ou à temps plein, sont, en effet, indispensables pour satisfaire les clientèles, mais aussi fidéliser les personnels et attirer de nouveaux employés.

Poursuivre la montée en compétence numérique, en gestion des ressources humaines, en management environnemental et en langues étrangères.

Les ressources humaines sont, en effet, au cœur de l'attractivité des destinations et de la performance des entreprises touristiques fondée, notamment, sur l'excellence du service.

L'objectif est d'aider les hommes et les femmes qui s'engagent dans les métiers du tourisme à se doter d'une capacité de résilience, de rebond et de performance.

Cette ambition nécessite de les soutenir face aux transitions sociales, technologiques et environnementales en cours et à l'évolution des attentes des clientèles.

Ainsi, sont visées, plus particulièrement, la professionnalisation et l'attractivité des métiers du tourisme en région (conditions d'emploi, complémentarité des saisons hiver-été, logements), des chefs de très petites entreprises et des salariés, en favorisant de nouvelles approches, de nouvelles pédagogies et de nouvelles réponses aux enjeux du tourisme.

Mobiliser les acteurs publics et privés au service de l'attractivité des métiers du tourisme et des loisirs.

La conjonction d'une concurrence touristique structurelle accrue, d'une conjoncture de crise sanitaire et économique et des conséquences de la guerre en Ukraine conduit la Région à accompagner les professionnels et leurs employés pour faciliter leur montée en compétence et leur capacité d'adaptation.

Cela se traduit par la mise en œuvre de diagnostics conseil individuels et d'actions collectives de formation, de valorisation des perspectives de carrière et d'emploi auprès des jeunes et des demandeurs d'emploi, de mise en relation de l'offre et de la demande d'emplois et l'instauration de passerelles professionnelles, notamment par le développement de l'innovation (détection de potentiels avec Pôle-Emploi, travail sur les habilités etc.)

Au regard de la compétence régionale d'information aux métiers et d'orientation tout au long de la vie ainsi que des tensions que connaissent les métiers du tourisme, les initiatives sont à compléter en partenariat avec les acteurs publics, en particulier les services de l'Etat mais aussi les conseils départementaux, les EPCI et les communes, et les acteurs privés concernés tels que les opérateurs de compétences et les représentants des entreprises.

Programme **COMPETENCES ET METIERS**

Éléments de diagnostic et d'enjeux

La qualité du service rendu, au regard de la prestation proposée, de l'expérience vécue par le client, et de sa proposition tarifaire, est garante de l'excellence touristique de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Aussi, la conjonction d'une concurrence touristique structurelle accrue, de la crise sanitaire et économique et des conséquences de la guerre en Ukraine nécessite, d'autant, l'accompagnement des professionnels du tourisme afin de faciliter leur montée en compétence, en partenariat avec les acteurs publics et privés concernés.

L'enjeu est d'aider les hommes et les femmes qui s'engagent dans les métiers du tourisme à se doter d'une capacité de résilience, de rebond et de performance. Cette ambition nécessite de les soutenir face aux transitions sociales, technologiques et environnementales en cours et à l'évolution des attentes des clientèles.

Contenu

Le programme **COMPETENCES ET METIERS** est dédié à la professionnalisation des acteurs du tourisme par la **valorisation des métiers** et le **développement des compétences**.

Il permettra :

- D'améliorer l'agilité et la lisibilité de l'offre de formation, ainsi que le recours des entreprises aux dispositifs régionaux ;
- De faire de la valorisation des métiers et de la sécurisation des parcours professionnels des outils pour l'attractivité des emplois du tourisme ;
- De poursuivre la montée en compétences numérique, en matière de gestion des ressources humaines, de management environnemental et de langues étrangères ;
- D'accompagner les professionnels à la labellisation (environnement, handicap, qualité de services, ...)

Finalités

Il répond aux objectifs suivants :

- L'adaptation des compétences aux évolutions de la consommation touristique ;
- L'attractivité des métiers du secteur en cohérence avec les besoins des entreprises ;
- L'engagement des professionnels dans une trajectoire de progrès ;
- La transformation de la contrainte de l'emploi saisonnier en force d'attractivité été/hiver.


Indicateurs


- Le nombre de bénéficiaires des formations soutenues par la Région
- Le nombre de professionnels labellisés tourisme durable

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

COMPETENCES ET METIERS

Action 1 – Conduire le plan de professionnalisation des acteurs du tourisme 

Action 2 – Poursuivre l'Appel à projets « Formations innovantes pour les métiers du tourisme » 

Action 3 – Proposer des diagnostics-conseils aux entreprises 

Action 4 – Poursuivre la campagne de valorisation des métiers du tourisme



Action 5 - Créer un groupement d'employeurs du secteur du tourisme et favoriser les échanges d'emplois entre employeurs

Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du SRDTL. La campagne de valorisation des métiers du tourisme interviendra, plus spécifiquement, en amont de chaque saison si les difficultés de recrutement devaient perdurer et en fonction des moyens.

Pilote : Région et Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (actions de promotion des métiers), en lien avec l'Etat.

Partenaires : opérateurs de compétences, Pôle Emploi, la Direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités (Dreets), la Fédération régionale des offices de tourisme (FROT), les chambres consulaires, les entreprises, les fédérations professionnelles

II-3 Objectif 3 : soutenir l'investissement et l'innovation

Les entreprises touristiques et leurs branches professionnelles doivent pouvoir résister à des crises successives en développant leur capacité de résilience et d'adaptation, dans un contexte incertain et toujours en évolution.

Renforcer le soutien à l'investissement et à l'innovation

Afin de garantir leur performance économique ainsi que leur développement responsable, il paraît indispensable de soutenir leurs investissements et l'innovation pour des services touristiques plus qualitatifs et performants.

Les entreprises du tourisme ont, d'ores et déjà, accès à la plupart des aides aux entreprises de la Région.

Ainsi, la stratégie régionale de développement touristique 2023-2028 s'attachera à proposer une gamme complète de dispositifs complémentaires et adaptés au secteur, en matière d'accompagnement, d'ingénierie et de soutien financier, à disposition des très petites, petites et moyennes entreprises mais également des entreprises de plus grande taille, des projets publics ou d'entreprises en création.

L'innovation dans les services s'avère, pareillement, nécessaire à l'adaptation des acteurs économiques aux évolutions de la consommation touristique et des nouvelles exigences de la clientèle.

La communauté régionale d'innovation touristique, reconnue au niveau national par la Direction générale des entreprises dans le réseau France tourisme Lab doit être consolidée autour du premier noyau de partenaires déjà engagés.

Aussi, la Région et ses partenaires accompagneront l'innovation en termes de commercialisation (nouvelles plateformes), de gouvernance (partage des rôles, mutualisation...), d'offres, de services et de gestion des flux touristiques.

Faciliter et enrichir l'information des professionnels sur le soutien régional

L'information et l'accès aux outils d'aide à l'investissement seront également renforcés et facilités.

Les procédures administratives seront simplifiées et les dispositifs illustrés par des exemples.

Il est prévu par ailleurs, que les dispositifs généraux d'aides aux entreprises soient améliorés et élargis.

Soutenir la transition numérique et écologique des TPE du tourisme et des destinations

Outre l'accompagnement en ingénierie, prévu dans le cadre du programme compétences et métiers, les moyens financiers prévus pour soutenir l'investissement privilégieront les projets contribuant aux réductions d'énergies et d'impacts carbone, aux équipements numériques et à l'accessibilité des personnes handicapées.

Favoriser la commercialisation de l'offre touristique

Sera, enfin, progressivement opéré le développement de plateformes de commercialisation en ligne et l'évolution de la gouvernance du système d'information touristique Apidae et de ses applications vers une plateforme de data-management.

Programme INVESTISSEMENTS ET INNOVATION

Éléments de diagnostic et d'enjeux

La qualité de l'offre en hébergements, en infrastructures et équipements de loisirs ou d'affaires est garante de l'excellence touristique de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Des investissements majeurs sont à conduire pour renouveler, innover et procéder à la nécessaire adaptation des équipements à la transition énergétique et écologique comme aux conditions d'accueil des personnes handicapées.

L'enjeu est d'aider les entreprises et leurs branches professionnelles à adapter leurs établissements ou équipements aux nouvelles attentes des clientèles, de les identifier et de les anticiper et de les soutenir dans la nécessaire transition environnementale.

L'impact des projets sur l'adaptation aux enjeux climatiques de même que l'accessibilité des personnes handicapées seront, en effet, des critères décisifs pour accéder aux aides régionales.

Contenu

Le programme INVEST est dédié aux entreprises traditionnelles et innovantes du tourisme et à leurs branches professionnelles. Il tend à :

- Renforcer les fonds propres des entreprises du tourisme et élargir leur accès aux aides régionales générales, à la création, transmission/reprise et aux programmes d'accompagnement au digital ([coach digital](#)) et écologique ([CEDRE](#)) ;
- Les accompagner en amont de leurs projets, via une ingénierie adaptée, pour éclairer leurs choix en matière de transition énergétique, de transition numérique et de de ressources humaines (diagnostics conseil, dispositif CEDRE) ;
- Soutenir les branches professionnelles afin qu'elles soient un levier efficient pour l'accompagnement de leurs adhérents ;
- Simplifier les dispositifs et les rendre plus lisibles en communiquant d'avantage sur le Parcours tourisme du Portail des entreprises.

Finalités


Le programme INVESTISSEMENTS ET INNOVATION vise la mise en place d'une offre de services permettant d'accompagner les entreprises tout au long de leur parcours entrepreneurial : ingénierie, accompagnement à l'innovation, amorçage, création, développement, rebond en période de crise, reprise ou transmission, dans le respect du plan climat régional « Gardons une cop d'avance » et du nouveau Schéma régional de développement économique d'innovation et d'internationalisation (SRDEII).

Indicateurs


- Le nombre d'entreprises traditionnelles et innovantes financées sur les différents dispositifs, les budgets alloués et les investissements ainsi réalisés (montants et nature)
- Les investissements réalisés par les entreprises du tourisme pour accélérer la transition écologique, digitale et la modernisation de l'offre
- Les investissements réalisés dans l'accessibilité des personnes handicapées

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

INVESTISSEMENTS ET INNOVATION

Action 1 - Favoriser la modernisation des hébergements touristiques, en particulier les investissements volontaristes (environnement, logement des saisonniers, handicap, vélo) et aider les hébergements collectifs, notamment ceux à vocation sociale 

Action 2 – Renforcer l'écosystème d'innovation touristique en accompagnant les startups du tourisme via les incubateurs répartis sur le territoire régional

Action 3 - Mettre en relation des professionnels du tourisme et des prestataires proposant des solutions environnementales 

 **Action 4** - **Soutenir des projets importants d'investissement et le renforcement des fonds propres des entreprises du tourisme**

Action 5 - Des datas qualifiées (Tourisme-Transport- Culture-Patrimoine) pour de nouveaux services via les plateformes Data Sud Id Géo et Data Sud Lab

Action 6 - Accompagner les plans d'actions à vocation régionale des branches et des regroupements professionnels

Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du SRDTL.

Pilote : la Région

Partenaires : BPI, ADEME, Région Sud Investissement, Provence-Alpes-Côte d'Azur Emergence, Fonds Tourisme Côte d'Azur et Fonds Tourisme Provence Alpes, Atout France, la Banque des territoires, l'Agence nationale des collectivités territoriales et l'Etat (SGAR), pôles de compétitivité, agences départementales de promotion et de développement touristique, réseau consulaire, opérateurs de compétences, France Active, Union du tourisme social (UNAT), Union des métiers et des industries de l'hôtellerie, fédération régionale des offices de tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur, fédération régionale de l'hôtellerie de plein air, la Caisse des dépôts et consignations

II-4 Objectif 4 : favoriser une organisation optimale des flux touristiques et une économie responsable pour des destinations préservées et des filières structurées

Afin de contribuer à l'attractivité et à la performance touristiques régionales, dans le cadre de la Cop d'avance, sera favorisée la poursuite du **maillage du territoire régional en destinations touristiques structurées et capables de répondre aux enjeux du tourisme de demain.**

Sensibiliser les visiteurs au tourisme responsable et en structurer l'offre

Ces territoires touristiques devront pouvoir développer une trajectoire de durabilité, avec **une attention particulière, mais non exclusive, portée aux sites les plus sensibles.**

Ils auront, de plus en plus, à prendre en compte les attentes des clientèles en termes de produits, de qualité de l'accueil et de services touristiques, en adéquation avec les préoccupations environnementales.

Ainsi, seront accompagnées les démarches territoriales de structuration, de qualification et de promotion de l'offre responsable, plus particulièrement « 4 saisons », impliquant le suivi constant et l'accompagnement des socio-professionnels concernés.

Les initiatives d'étalement de la fréquentation, les pratiques de management environnemental et social, le développement de filières touristiques réduisant l'impact environnemental ainsi que la labellisation environnementale des professionnels seront, également, soutenus.

Renforcer la performance numérique des territoires afin de favoriser la commercialisation des services et prestations en ligne

Seront, notamment, accompagnés l'élaboration de sites Internet dits « de séjour », la gestion de la relation client et l'échange de données afin de créer de nouveaux services, usages et expériences client.

Cette démarche, qui doit mettre le client, et sa satisfaction, au centre de la préoccupation des socio professionnels, devra permettre à ceux-ci de développer la commercialisation digitale, en cohérence avec la stratégie marketing et numérique des destinations.

La réorganisation des sites internet des offices de tourisme intercommunaux ainsi que l'amélioration de leur référencement devront, plus particulièrement, être encouragées.

Développer le tourisme de proximité

Il s'agira de favoriser le développement, la structuration et la valorisation des activités de pleine nature et de loisirs ainsi que la découverte des patrimoines naturels et culturels qui s'adressent prioritairement aux clientèles régionales et excursionnistes.

La Région soutiendra, également, la mise en œuvre de filières régionales prioritaires, telles que **les filières écotourisme ou saveurs-senteurs et savoir-faire**, afin de favoriser un travail partenarial et concerté des acteurs touristiques habituels mais aussi de nouveaux acteurs des secteurs proches (agriculture et alimentation, culture etc.).

La Région et ses partenaires tendront, aussi, à accompagner l'itinérance douce (pédestre, vélo, équestre) de portée régionale pour répondre à une forte demande des publics, et propice à l'étalement des flux touristiques et à la décarbonation.

L'approche régionale privilégiera le développement d'outils numériques facilitant l'information et le développement de nouveaux services autour d'itinéraires régionaux ou inter régionaux naturels et patrimoniaux.

Encourager la mobilité durable et une gestion des flux touristiques raisonnée

Face aux questionnements concernant la croissance du tourisme mondial, la nécessaire préservation des espaces naturels, et la transition énergétique d'une manière globale, une meilleure appréhension des mobilités touristiques et de leur développement sur le territoire régional, ainsi que la gestion raisonnée des flux touristiques dans le temps et dans l'espace, constituent un enjeu majeur du devenir des destinations régionales.

En particulier, mais pas seulement, la forte concentration touristique des grands sites lorsqu'elle n'est pas maîtrisée, est une source potentielle de dégradation des milieux naturels et un facteur d'insatisfaction des habitants et des touristes eux-mêmes.

Aussi, face à la nécessité de trouver un équilibre pour certains sites en tension, le soutien à la mise en place des mesures de régulation, notamment en termes de gestion des accès, de calibrage des équipements, de mobilité, d'information et de création d'offres alternatives ainsi que de promotion et sensibilisation à la préservation de leur territoire, sera nécessaire.

Poursuivre un accompagnement sur mesure des filières régionales prioritaires

La région Provence Alpes Côte d'Azur bénéficie de plusieurs filières touristiques puissantes mais pas toujours structurées : **tourisme de nature** (randonnée pédestre et équestre, cyclotourisme, golf, ski et montagne, sports aériens, écotourisme...); **art de vivre** (œnotourisme, gastronomie, agritourisme, bien-être...); tourisme patrimonial, culturel et scientifique, ...); tourisme d'affaires et de congrès (MICE) ; **croisière** (maritime et fluviale) ; nautisme, plongée et plaisance, ...

Si les entreprises sont les premiers acteurs de la consolidation des [filières identifiées](#), la Région, avec l'appui du Comité régional de tourisme, en assurera la coordination ainsi que le pilotage stratégique.

Une priorisation sera effectuée sur les filières qui n'ont pas fait l'objet, ces dernières années, d'un soutien spécifique, dans le cadre d'un « contrat » de filière.

L'effort réalisé sur l'éco-tourisme ne sera, par ailleurs, plus le seul fait des espaces naturels protégés mais devra s'étendre à l'ensemble du territoire régional.

Programme DESTINATIONS DURABLES

Éléments de diagnostic et d'enjeux

Aussi, le soutien aux destinations touristiques infrarégionales qui ont émergé ces dernières années (Ecrins, Mercantour, Verdon, Ventoux, Serre-Ponçon), capables de répondre aux enjeux du tourisme de demain, constitue un défi important afin de contribuer à l'attractivité des trois destinations monde et à un aménagement économique équilibré du territoire.

Les mutualisations et les logiques de travail partenarial entre les acteurs locaux de territoires touristiques qui font sens, au-delà des frontières administratives, sont une nécessité. La Région y contribuera du fait de sa position spécifique de « plateforme » de mise en relation entre tous les acteurs.

Contenu

Le programme Destinations durables est destiné au développement touristique des territoires.

Il tend à :

- Soutenir la mise en œuvre des stratégies et des plans d'actions des 5 destinations touristiques infra régionales existantes (Ecrins, Mercantour, Verdon, Ventoux, Serre-Ponçon), les nouveaux plans à 4 ans intégrant les transitions numérique et environnementale ;
 - Mailler la région de **territoires touristiques connectés, exemplaires**, adossés aux trois marques monde, proposant une offre riche, diversifiée, visible, performante et durable ;
 - **Mettre en tourisme les sites sensibles** (en particulier les parcs, partenaires naturels de la Région) et faciliter la gestion des flux.

Finalités

L'accompagnement de la Région permettra la construction de nouvelles dynamiques territoriales collaboratives, autour de quelques objectifs majeurs :

- Accompagner la mise en œuvre d'une gestion des flux touristiques raisonnée, voire d'une régulation de la fréquentation des sites sensibles ;
- Structurer une offre plus responsable et sensibiliser les visiteurs ;
- Favoriser la performance numérique des territoires, la commercialisation des services et des prestations en ligne.

Indicateurs

- Le nombre de sites sensibles mis en tourisme accompagnés
- Le nombre de projets de gestion des flux financés

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

DESTINATIONS DURABLES



Action 1 – Favoriser une gestion raisonnée, voire régulée, des flux touristiques



Action 2 - Renforcer les capacités numériques de commercialisation de l'offre touristique, de visibilité des informations d'accueil, de référencement et d'e-réputation

Action 3 –Territoires Touristiques d'Avenir



Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du SRDTL. (Cf principales étapes des actions en annexe).

Pilote : la Région

Partenaires : Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, agences de développement, offices de tourisme intercommunaux, collectivités, parcs nationaux et parcs naturels régionaux, Fédération régionale des offices de tourisme

Programme ALTITUDE

Éléments de diagnostic et d'enjeux

Le Massif des Alpes représente 65 % du territoire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. C'est un territoire attractif et fragile pour lequel le tourisme constitue un secteur de premier plan pour l'économie et l'emploi.

Toutefois, dans un contexte de croissance modérée à nulle de la fréquentation, de la diversité et de l'évolution de l'attente des clientèles, tant sur la période hivernale qu'estivale, et en prévision des impacts du changement climatique sur l'enneigement, **le massif des Alpes du Sud doit continuer à renouveler et adapter son modèle.**

A cet égard, une candidature officielle aux jeux olympiques d'hiver 2034-2038 serait fédératrice et accélérerait, pour l'ensemble du massif, ce mouvement d'adaptation.

Contenu

Afin de répondre à cet enjeu majeur, la transition des modèles économiques en montagne est désormais une nécessité.

Le programme régional ALTITUDE est notamment constituée d'un volet interrégional et européen qui s'appuie sur la [Convention Interrégionale du massif des Alpes \(CIMA\)](#) dont est issu **le dispositif « Espaces valléens »** et d'un volet à l'échelle régionale afin d'accompagner l'évolution des modèles touristiques des stations de montagne, **le [Contrat Station 2030](#)**.

Ces dispositifs s'inscrivent dans le Plan Climat régional : une COP d'avance.

Finalités

Ainsi, la politique régionale de la montagne renouvelée pour la période 2021-2027 vise **l'ambition d'une intervention régionale massive en direction des territoires de montagne**, en vue de développer un tourisme durable, responsable et résilient.

Elle tend, également, à assoir Provence-Alpes-Côte d'Azur comme **terre de jeux**.

La [marque monde Alpes](#), créée en 2017, continuera, par ailleurs, de valoriser le second massif montagneux de France auprès de clientèles proches et lointaines, de l'associer à des valeurs fortes dues à sa nature préservée, de reconnecter le désir croissant des citoyens à une vie plus saine, plus authentique et plus qualitative.

Indicateurs

- Nombre de territoires lauréats pour chaque dispositif contractuel (Espaces valléens, contrat station 2030)
- Nombre de dossiers votés et montant régional alloué par territoire
- Nombre de rencontres avec les élus des territoires de montagne

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

ALTITUDE

Action 1 - Candidature de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur aux Jeux Olympiques 2034 ou 2038

Action 2 – Programme d'actions Territoires de montagne



2-1 – Encourager la reconquête de clients et l'intégration des enjeux environnementaux (Espaces Valléens, ...)

2-2 – Accompagner les domaines skiables vers la neutralité carbone dès 2023 (Contrat Stations 2030)



2-3 - Soutenir la modernisation durable des refuges (Conférence Interrégionale du Massif Alpin)

2-4 - Conforter et promouvoir les itinéraires majeurs des Alpes (CIMA : itinérance)

2-5 - Développer la mobilité durable en expérimentant de nouvelles solutions écotouristiques (Conférence Interrégionale du Massif Alpin)



Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du SRDTL

Pilote : Région en lien avec l'Etat et les autres Régions

Partenaires : EPCI, stations, OT, départements, Espaces valléens (EPCI, PNR), Etat, Région Auvergne-Rhône-Alpes, départements alpins, FEDER alpin, Comité régional du tourisme – fédérations sportives concernées

Programme MOBILITES

Éléments de diagnostic et d'enjeux

La Région investit massivement pour moderniser, développer et maintenir une offre de transport diversifiée et tenant compte des objectifs 100 % climat : Ligne Nouvelle Provence Côte d'Azur, Escale zéro fumée, vélo routes, navettes et trains touristiques etc.

La région Provence Alpes Côte d'Azur est la région de France où les deux tiers des transports sont occasionnels, en particulier touristiques, avec de fortes variations saisonnières.

Selon l'[ADEME](#), plus des trois quarts des émissions de gaz à effet de serre (77 %) sont générés par le transport, dont 68 % de transports aller-retour, pour se rendre sur le lieu de séjour. Si l'avion ne représente que 12 % des arrivées de touristes, il équivaut pourtant à 43 % du volume des émissions de GES, du fait des longues distances en jeu.

Les visiteurs lointains sont à l'origine de la majorité (environ 80 %) de ces émissions.

Pour 86 % des français, la voiture reste le moyen privilégié pour partir en vacances (vs 9 % pour le train).

Les enjeux sont les suivants :

- **Identifier/ favoriser et valoriser des alternatives de déplacement ayant un bilan carbone positif ;**
- **Mieux prendre en compte la mobilité touristique et ses spécificités dans la politique transport ;**
- **Inventer la dimension « mobilités » d'un tourisme responsable au cœur de la destination.**

Contenu

Encourager quand cela est possible les mobilités durables, accessibles et intermodales, pour limiter l'empreinte carbone du tourisme, que ce soit pour les départs/ arrivées sur le territoire, comme pour les déplacements dans la destination ;

Améliorer la prise en compte de l'expérience client touristique auprès des opérateurs de transport, et tendre vers un seul système d'information et de commercialisation multimodal (informations transport et offre touristique, langues, temps de trajets, tarifs et achat optimisés, etc.)

Finalités

Le programme MOBILITES tend, ainsi, à :

- Appréhender et structurer les mobilités touristiques sur le territoire régional et ses entrées/ sorties ;
- Développer des services et l'information adaptés aux clientèles excursionniste et touristique ;
- Coordonner les politiques régionales concernées et porter les objectifs d'un tourisme durable en comité de bassin (Loi sur les Mobilités)

Indicateurs : à définir après état des lieux

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

MOBILITES

Action 1 – Mesurer l’empreinte carbone des déplacements touristiques ainsi que la pollution de l’air générée



Action 2 - Etat des lieux et structuration d’une offre de mobilité touristique régionale, décarbonée et intermodale



Action 3 - Echanges d’informations réguliers entre Transport et Tourisme



Action 4 - Développer et valoriser une offre de mobilité touristique « bas carbone »



Action 5 – Créer un challenge « dernier kilomètre » touristique



Action 6 – Encourager la programmation de séjours « bas carbone » auprès des agences de voyages, des tour-opérateurs et des acteurs de la filière croisière



Action 7 – Prise en compte de la demande touristique dans l’offre des transports en lien avec les Autorités Organisatrices de Mobilités, promotion et aide à la commercialisation



Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du SRDTL

Pilote : Région et le Comité régional du tourisme

Partenaires : Comité régional du tourisme, Autorités Organisatrices des Mobilités, la Fédération régionale des offices de tourisme, SNCF, agences de développement, ...

Programme PROXIMITE ET FILIERES

Eléments de diagnostic et d'enjeux

Les **enjeux environnementaux et climatiques** nécessitent de se fixer des objectifs de diminution d'émission de gaz à effet de serre afin de permettre un développement soutenable des territoires.

Le ciblage des actions sur les clientèles régionales, nationales est donc privilégié dans ce schéma collectif.

Par ailleurs, **les attentes des clientèles et leurs comportements ont évolué** avec, notamment, une fréquentation des espaces naturels en forte hausse depuis la pandémie de Covid 19.

Face à ce constat, il s'avère pertinent de favoriser le **développement d'un tourisme de proximité, éco-responsable** ainsi qu'**un meilleur étalement de la fréquentation dans l'espace régional et dans le temps.**

Cette démarche devra être connectée à **une approche complémentaire segmentée de l'offre, à travers les filières touristiques régionales prioritaires.**

Une attention particulière sera, notamment, portée au tourisme événementiel afin de garantir son renouvellement dans la durabilité. L'éco-tourisme ne sera, quant à lui, plus le seul fait des espaces naturels protégés mais devra être étendu à l'ensemble du territoire.

Contenu

Le programme PROXIMITE et FILIERES vise à accompagner ces mutations en concourant à la fois à **l'attractivité du territoire et à la désaisonnalisation.**

Il s'agit, en particulier, de :

- Accompagner la structuration et la valorisation des activités de pleine nature et de loisirs ;
- Favoriser l'itinérance et la découverte des patrimoines naturels et culturels ;
- Soutenir le développement des filières régionales prioritaires telles que les filières écotourisme, saveurs-senteurs et savoir-faire, vélo, itinérance ;
- Intégrer, dans la promotion, comme atouts et différenciants, les richesses écologiques régionales et le tourisme durable.

Finalités


- Développer le tourisme de proximité ;
- Encourager les pratiques éco-responsables ;
- Favoriser un étalement de la fréquentation dans le temps et dans l'espace régional.



Indicateurs

- Le nombre de nouvelles offres
- L'augmentation de la fréquentation dans les destinations

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

PROXIMITE ET FILIERES

Action 1 - Le tourisme d'itinérance et des parcours régionaux thématiques 

 **Action 2** - De l'écotourisme à un tourisme responsable sur l'ensemble du territoire : devenir la première région française en nombre de professionnels labellisés « tourisme durable » 

Action 3 - Plan d'actions filière vélo tourisme et VTT 

Action 4 - Déploiement d'outils d'interfaçage de plateformes de commercialisation d'activités de loisirs et accompagnement des professionnels

Action 5 - Contrat de filière Art de Vivre

Calendrier : le programme sera déployé sur toute la durée du SRDTL

Pilote : la Région et le Comité régional du tourisme en lien avec les Départements et leurs agences de promotion touristique

Partenaires : Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, parcs naturels régionaux et nationaux/Interparcs, Départements, entreprises de services numériques, parcs naturels régionaux et nationaux/Interparcs, association Entreprise et Découverte, chambres consulaires, Fédération régionale des Offices du Tourisme, Départements, Vélo Loisir Provence, ADEME FEDER LEADER, Fédération régionale des Gîtes de France, UNAT, ARBE, Pôle Ea Eco entreprises, acteurs publics et privés des secteurs de la croisière, du nautisme et de la plongée ...

II-5 Fonction support : pilotage et gouvernance

L'objectif est d'accompagner la politique de développement de l'économie touristique de la région d'outils d'observation et de prospective ainsi que d'une gouvernance efficiente.

Assurer le pilotage et l'animation du Schéma régional de développement touristique et des loisirs

La réussite du nouveau schéma régional de développement touristique passe, en effet, par l'implication de tous et un pilotage performant qui repose sur la capacité de suivre son avancement et de procéder aux réajustements nécessaires, d'établir, si besoin, des priorités annuelles.

La fonction de pilotage doit, aussi, permettre d'adapter les propositions et les actions à un environnement, sans cesse en mouvement, en lien avec le [SRDEII](#), le [SRADDET](#), le [Plan Climat](#), le contrat de plan et la [CIMA](#).

Développer des [outils d'observation et de prospective](#)

L'objectif est, également, de développer une véritable capacité d'observation et d'analyse de l'évolution de l'offre, de la fréquentation et de la consommation touristique et d'assurer une veille des évolutions tendanciennes du tourisme.

Structurer la gouvernance institutionnelle de la compétence tourisme

La Région en lien avec le Comité régional de tourisme animera un réseau des acteurs locaux du tourisme tels que les Départements et leurs agences de développement et de promotion, les EPCI et les offices de tourisme intercommunaux. Le pilotage doit s'appuyer sur la mise en œuvre de temps de rencontres et d'échanges entre les collectivités concernées et leurs structures associées. **Se poursuivra le soutien aux intercommunalités, dans lesquelles les communes-centre jouent un rôle majeur ainsi qu'à des initiatives intercommunales**, telles que les destinations touristiques infra régionales émergées dans le cadre du précédent SRDT.

Par délégation de la Région, le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur voit sa responsabilité confortée pour assurer la promotion des trois marques monde, en lien avec les offices de tourisme, les professionnels et les agences de promotion touristique des Départements.

Feuille de route (détail des actions en annexe 4)

PILOTAGE ET GOUVERNANCE

Action 1 – Mise en place d’une gouvernance régionale et territoriale du schéma, sous l’égide de la Région, pour le suivi et l’évaluation du schéma, en lien avec les autres stratégies (SRDE-II, le Plan Climat, le contrat de plan, le SRADDET, la CIMA, le Comité Etat-Région Destination France)



Action 2 – Devenir la Région leader de l’observation touristique

Action 3 - Simplifier et actualiser l’information pour les acteurs du tourisme

Action 4 – Créer les conditions propices à générer des partenariats à effets de levier pour le territoire (appels à projets nationaux et européens, Atout France, ADEME, partenariats publics/privés)

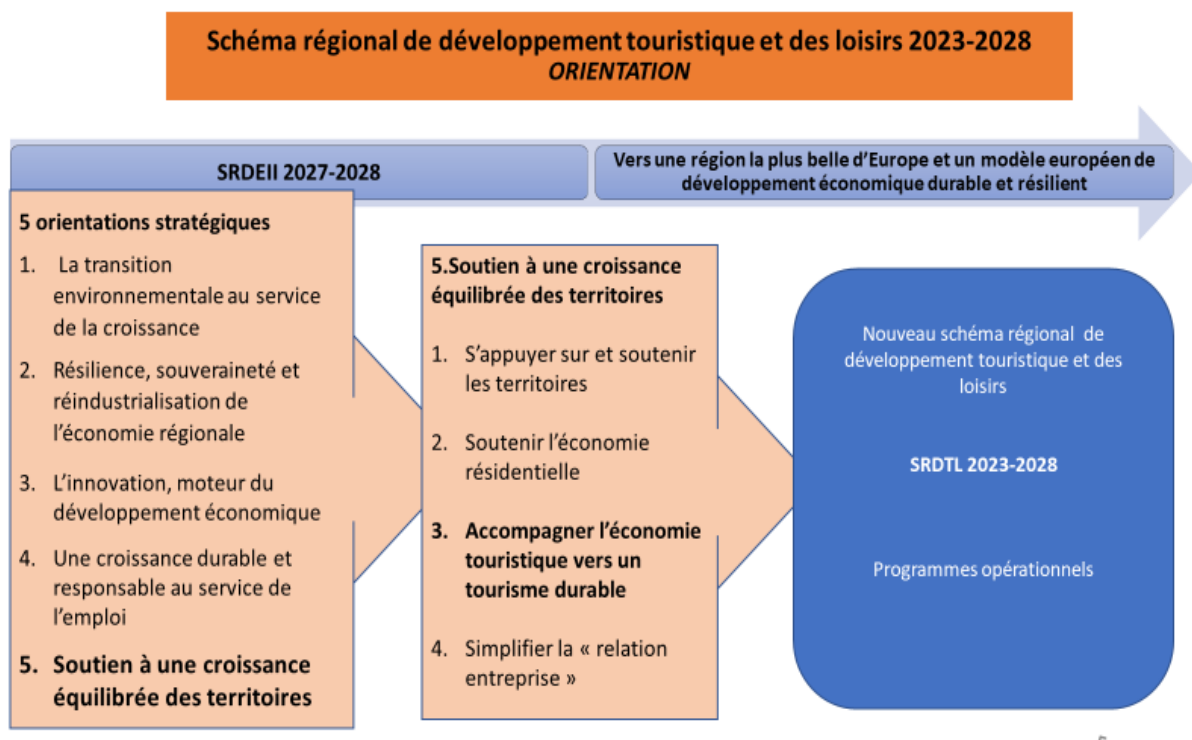
Calendrier : la fonction support sera déployée sur toute la durée du SRDTL

Pilote : la Région, en lien avec le Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d’Azur

Partenaires : Etat, Chambre régionale de commerce et d’industrie, Atout France, agences départementales, Insee, ADEME, agences de développement touristique, Fédération régionale des offices de tourisme de Provence-Alpes-Côte d’Azur, Provence-Côte d’Azur Events, Inter Parcs, la société d’études et de conseil BVA

Les annexes

Annexe 1 – Lien [SRDEII](#) et SRDTL 2023-2028



Annexe 2 - Les données clés du bilan du schéma régional de développement touristique 2017-2022

- **Mise en œuvre des 3 contrats de marques [Provence](#), [Alpes](#) et [Côte d'Azur](#)**, innovation marketing forte et cohérente au regard de l'évolution des modes de consommation et de la concurrence entre destinations touristiques mondiales marketing : mise en place de leur gouvernance avec le CRT Sud comme coordinateur des marques avec les copilotes et partenaires.

En 2020, soit à maturité de lancement des trois marques monde, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur a réparti son soutien, via le CRT Sud et les copilotes départementaux du 05 et du 06, ainsi :

Marque Provence : 1,380 million soit 31% de part de marque

Marque Alpes : 1,343 million soit 30% de part de marque

Marque Côte d'Azur France : 1,735 million soit 39% de part de marque.

- **Création ex nihilo de la marque Alpes**, pour promouvoir une offre touristique structurée (100% Apidae) équilibrée autour des 3 marques monde, fédératrice des différents échelons territoriaux et des entreprises (50 partenaires), qui a immédiatement trouvé son positionnement et imposé ses valeurs de pureté et d'authenticité.
- **Promotion des destinations sur les marchés-cibles et développement des clientèles** : point d'orgue avec les Rendez-vous en France, à Marseille en 2019 : 1000 TO présents

et journalistes de 70 pays. Pour mémoire, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est la 2e région derrière l'Ile-de-France en volume de nuitées hôtelières sur l'ensemble des marchés lointains (à l'exception de la clientèle chinoise où la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est 3e derrière Ile-de-France et Bourgogne-Franche-Comté).

- **Maillage de la région autour de territoires touristiques connectés, exemplaires, adossés aux trois grandes marques monde, proposant une offre riche, diversifiée, visible, performante et répondant aux enjeux du Plan Climat** : émergence de **7 destinations infrarégionales** (bientôt 8) de notoriété a minima française et européenne, adossées aux marques monde, et coordination de **15 Territoires Touristiques Exemplaires**, parmi les 52 EPCI régionaux, qui ont fait l'objet d'une convention afin d'élaborer une stratégie marketing et numérique et de mettre en place un plan d'actions correspondant.
- **Mise en place de l'écosystème digital régional** autour des marques monde et enrichi des destinations infra régionales, innovant et homogène : basé sur le réseau Apidae devenu 100% régional, il **devient une véritable plateforme de data-management**, évolutive, mutualisée et **au cœur de la vision client** impulsée par le CRT Sud.

Le collectif des trois marques monde, rendu visible via le portail <https://provence-alpes-cotedazur.com/> compile en 2020, plus de **2,6 millions de pages vues** et **935 332 utilisateurs pour plus de 4000 pages mises en ligne**. Alimenté via l'outil Apidae, additionné de services digitaux de relation-client et de e-réputation, il donne aussi la possibilité d'illustrer et de partager avec les professionnels la **banque d'image The Explorers** (2500 photos libres de droit, investissement Région via le CRT Sud de 200K€),

Adoption de **4 contrats de filière** et élaboration en cours d'un cinquième : Cyclotourisme, Tourisme d'Affaires et Congrès, Ecotourisme, Croisières, puis Nautisme en cours de fédération. **Les filières touristiques favorisent l'étalement de la fréquentation sur les territoires**. Préfiguration d'un **contrat de branche** avec l'Hôtellerie de plein air.

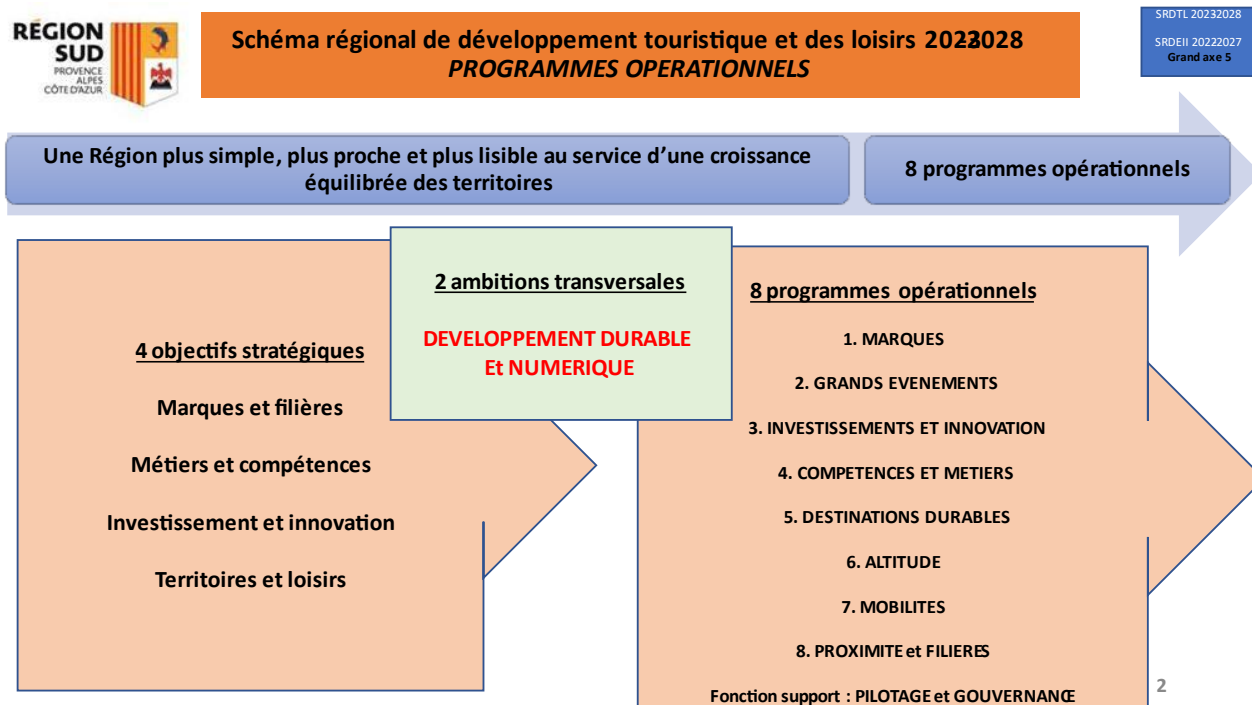
A noter : la filière Ecotourisme qui prend aujourd'hui toute son importance dans les questions posées par la transition écologique et qui fait l'objet d'une grande attention dans la promotion et la coordination des professionnels : site web spécifique créé par le CRT Sud avec campagne de communication coordonnée et ciblée (« On a tous besoin de respirer »), partenariat avec Waze sur la gestion des flux touristiques, rapprochement des marques des parcs nationaux et régionaux.

- **Lancement et accompagnement de deux incubateurs** spécialisés Tourisme : dans le cadre de l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) « Innovation touristique » **Provence Travel Innovation** (PTI), géré par l'ESCAET (Aix en Provence), accompagne une dizaine de startups par an. A l'est de la région, un autre projet d'incubateur se met en place via l'incubateur « **Provence Alpes Côte d'Azur Est** », avec l'appui du cluster Provence Côte d'Azur Events, pour 2022.
- **130 dossiers de soutien à l'hébergement touristique** pour 81M€ de montant de travaux effectués et 10M€ de subvention.
- **Création d'un parcours Tourisme** sur le site régional « Entreprises le Portail » pour améliorer l'accès des professionnels aux dispositifs. Création de 18 webinaires de formation avec la Fédération Régionale des Offices de tourisme, consacrés à la digitalisation des activités.
- **Accompagnement à la professionnalisation** : construction d'un catalogue de formation sur mesure pour près de **5000 stagiaires** du secteur, participation à la

plateforme nationale « mon emploi tourisme » de l’Institut Français du Tourisme, déploiement programmé des Chèques Emploi Tourisme.

- Organisation d’un **challenge dédié à l’innovation dans la gestion des flux touristiques** afin de détecter les solutions innovantes existantes permettant de favoriser l’étalement des flux dans l’espace et dans le temps : 3 premiers gagnants : les solutions Affluences, Visitmoov et Coq trotteur (société Feelcity).
- **Le fonds FIRST** (Fonds d’Innovation Régional pour les Services Touristiques), doté de **1,2 M€ et géré par France Active**, lancé en janvier 2021, permet de financer les étapes de l’innovation touristique les plus risquées : maturation, amorçage, décollage du projet touristique. Il peut financer de l’investissement ou du fonctionnement sous forme de subvention ou de prêt à taux 0, avec un montant maximal de 60 000 euros.
- **Attractivité du Tourisme d’affaires et de congrès** via le soutien à **plus de 60 évènements économiques**, positionnés en particulier sur les filières stratégiques et les OIR, représentant 1,1M€ de subvention ; lobbying via plus de 20 lettres de soutien lors des grandes candidatures internationales.
- **Création d’une Cellule grands évènements** avec 25 partenaires du territoire, signature d’une Convention Sécurité avec les préfetures départementales, et création de Pack accueil avec les 3 aéroports internationaux régionaux.
- Soutien à la création d’une **Market Place**, via un investissement soutenu à hauteur de 200K€, pour le tourisme d’affaires où seront présentés, diffusés, valorisés les lieux et offres de services régionaux en matière d’évènementiel, à l’échelle nationale comme internationale.

Annexe 3 – Les programmes d’action du SRDTL 2023-2028





Annexe 4 – Le détail prévisionnel des actions indexées dans les programmes

Les actions et leurs contenus sont prévisionnels. Leur mise en œuvre et la méthodologie utilisée dépendront des priorités de l'actualité touristique. Pourront, également, se joindre aux principaux partenaires indiqués d'autres acteurs volontaires.

Programme MARQUES


Action 1	Fédérer les acteurs du tourisme au service d'une dynamique régionale collective et de stratégies marketing partagées
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>En lien avec la Région, le Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur conçoit et orchestre, en mode collaboratif, des stratégies marketing et des plans d'actions annuels de promotion des destinations, auprès des cibles BtoB ou BtoC, comme des médias, avec l'intégration des valeurs et nouveaux usages pour un tourisme durable.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - En concertation avec les partenaires du CRT, adaptation périodique des stratégies marketing au regard des attentes des clientèles, de la concurrence, des évolutions économiques, sociétales, environnementales - Information et sensibilisation sur les stratégies et plans d'actions dédiés par destination, en lien avec les co-pilotes des marques de destination 	
Principaux partenaires	<i>Le Comité régional du tourisme, agences départementales de développement et de promotion touristique, offices de tourisme, Atout France</i>

Action 2	Renforcer l'appropriation par les acteurs du tourisme de la région, des marques monde et de leurs valeurs
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de faire en sorte que les touristes, en particulier internationaux, puissent bien identifier les marques mondes et leurs valeurs en phase de préparation d'un séjour comme pendant leur séjour, dans les hébergements, sur les lieux d'activités, dans les sites culturels, ou encore dans les offices de tourisme.</p> <p><u>Principales étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Inciter les acteurs du tourisme de la région à s'approprier et à mettre en avant les valeurs des marques de destination les concernant - Diffuser l'information sur les stratégies et plans d'actions, sur les résultats et bilans des actions de promotion 	
Partenaires et ressources	<i>Le Comité régional du tourisme en lien avec les partenaires des marques de destination</i>

 Action 3 	Développer la notoriété des destinations monde et la mise en marché des offres touristiques associées
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit d'amplifier la promotion des trois destinations Provence, Alpes et Côte d'Azur sur toutes les périodes de l'année, hormis le cœur de l'été, et de façon équilibrée sur tout le territoire régional, au moyen de stratégies marketing dédiées et associant plusieurs destinations.</p> <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre des actions de promotion et de communication ciblées en France et en région Sud ainsi que sur les marchés européens et lointains - Conduire des actions de communication de notoriété et de stimulation des ventes auprès du grand public, des transporteurs et des tour-opérateurs, poursuivre le travail en direction des voyageurs afin d'élargir l'offre de séjours proposée à leurs clients, développer la relation avec les médias internationaux et nationaux pour multiplier les sujets sur nos destinations au sein des différents médias - Evaluer les actions réalisées et en tenir compte pour ajuster les stratégies marketing 	
Partenaires et ressources	<i>Le Comité régional du tourisme, en collaboration avec les partenaires des marques de destination ainsi qu'Atout France et ses bureaux sur les marchés</i>


Action 4	Se doter des outils nécessaires à la mise en œuvre des actions de promotion et de communication
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire vivre et évoluer l'écosystème digital du Comité régional du tourisme www.provence-alpes-cotedazur.com et ses portes d'entrée (réseaux sociaux, sites internet associés) • Garantir un parcours client fluide et actualisé, pour les différentes cibles identifiées dans la stratégie marketing., avec pour objectif une meilleure répartition des flux touristiques dans le temps et dans l'espace. <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimiser les outils, de la plateforme de gestion de l'information APIDAE à l'application de gestion de la relation client AVIZI, de la plateforme de gestion d'images AJARIS à l'application de suivi des avis de consommateur FAIRGUEST - Produire des contenus éditoriaux et visuels (photos/vidéos), adaptés aux différentes clientèles ciblées comme aux formats de diffusion - Garantir un écosystème digital performant et en améliorer l'expérience client (connexion des données tourisme avec les données transports) 	
Partenaires et ressources	<i>Le Comité régional du tourisme, en lien avec les partenaires institutionnels tels que les agences départementales et les offices de tourisme</i>


Programme GRANDS EVENEMENTS

 Action 1	Contribuer à l'accueil et l'optimisation de la Coupe du Monde de Rugby en 2023 et 2025, des épreuves nautiques des JO 2024 et candidater à l'accueil des JO 2034 – 2038
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de mobiliser les territoires ainsi que les professionnels du tourisme, dans le cadre de la structuration, de la promotion et de la commercialisation d'une offre touristique et sportive globale ainsi qu'élargie aux découvertes patrimoniales et de paysage, suivant une démarche de durabilité et d'appropriation par les habitants.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration des stratégies, en lien avec l'ensemble des acteurs publics et privés du tourisme (pour chacun des événements) - Mise en œuvre des actions d'accompagnement des territoires et des professionnels du tourisme (Pour chacun des événements) 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, LINKEUS, Atout France, Agences Départementales, OT et Palais des congrès des grandes métropoles, fédérations sportives</i>

Action 2	Poursuivre le plan d'actions de la filière Tourisme d'Affaires et de Congrès
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de continuer à soutenir, via des actions collectives et concrètes, ce secteur contributif de l'attractivité régionale et fédérateur des acteurs pour innover et s'adapter aux évolutions qui l'impactent. Le plan d'actions porte, également, sur la valorisation et la promotion élargie du secteur, hors de la région et auprès des secteurs clés de l'industrie et de l'économie régionales (pôles, Opérations d'Intérêt Régional).</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Conduire un chantier sur les évolutions de la demande, de l'offre et sur les transformations du secteur ➤ Pouvoir disposer de données macro et micro sur ce secteur ➤ Etablir une feuille de route sur le long terme ➤ Initier des actions de valorisation et promotion régulières 	
Principaux partenaires	<i>LINKEUS, en lien avec la Région et le Comité régional du Tourisme, Rising Sud.</i>

Action 3	Développement des « side events business » et l'hospitalité en regard de l'événementiel culturel et sportif
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit d'initier et de promouvoir, auprès de cibles d'affaires, des offres d'hospitalité lors d'événements sportifs et culturels, soit des produits et services spécifiques à leur expérience client, favorisant les échanges et nourrissant l'attractivité de la destination.</p> <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Constituer un groupe de travail - Identifier des premiers événements tests, des secteurs-cibles et des acteurs mobilisés (précurseurs) - Fédérer des professionnels du tourisme d'affaires, acteurs de la démarche et structurer une offre d'hospitalité. - Promouvoir et développer la démarche 	
Principaux partenaires	Comité Régional du Tourisme, LINKEUS , Région, Rising Sud


Action 4	Renforcer l'organisation d'événements exemplaires
<div data-bbox="288 1106 376 1149" style="float: left; margin-right: 10px;">  </div> <p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit de mieux appréhender les enjeux environnementaux et la responsabilité sociétale des entreprises, dans l'organisation des événements dont les principaux impacts sont liés aux déplacements des participants, aux matériaux utilisés sur les lieux d'exposition, aux consommations des infrastructures réceptives et, enfin, aux choix de restauration. Tout doit concourir à limiter les gaspillages et mettre en place des solutions positives, telles que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les solutions et prestataires, anticiper la gestion des déchets, sensibiliser les équipes comme les participants ; • Organiser les solutions de réemploi, de recyclage, de réutilisation ; • Décliner en région l'ECV (Engagement pour la Croissance Verte) établi par l'UNIMEV au niveau national, en février 2022. <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les solutions et prioriser des leviers d'actions, des porteurs de solutions, en particulier digitaux - Continuer à accompagner les entreprises dans la démarche ISO20121 « management des événements responsables » et à nourrir un référentiel de filière 	
Principaux partenaires	LINKEUS et ses adhérents, UNIMEV, ADEME, Comité Régional du Tourisme.

<p>Action 5</p> 	<p>Attirer de nouveaux grands évènements économiques nationaux et européens (finale des Worldskills en 2025 par exemple)</p>
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de conquérir et d'accueillir les congrès, salons, conventions d'affaires, prioritairement hors haute saison, pour les événements économiques professionnels.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vote du dispositif en décembre 2022 - Mobilisation de la Cellule Grands Evénements de Provence Côte d'Azur Events (LINKEUS) sur l'accompagnement des porteurs et sur l'identification amont des événements les plus significatifs en lien avec les filières stratégiques régionales. 	
<p>Principaux partenaires</p>	<p><i>LINKEUS, offices de tourisme et palais des congrès des grandes métropoles, Région et les pôles de compétitivité</i></p>


Programme **COMPETENCES ET METIERS**

Action 1	Conduire le plan de professionnalisation des acteurs du tourisme
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit d'accompagner la montée en compétence des acteurs du tourisme (professionnels, salariés et demandeurs d'emploi), l'adaptation des formations aux besoins des entreprises et des territoires et de participer à la lisibilité de l'offre de formation.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre des dispositions complémentaires prévues par délibérations des 17 décembre 2021 et 24 juin 2022. - Concertation avec les services de l'Etat dans le cadre du Comité Etat-Région Destination France et mobilisation des acteurs de la formation et de l'emploi - Relais par le Comité régional de tourisme de la campagne de valorisation des métiers 	
Principaux partenaires	<p><i>Région, CARIF-OREF, Comité régional du tourisme, Institut français du tourisme, principales branches et groupements professionnels du secteur, la Direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités, les opérateurs de compétences</i></p>

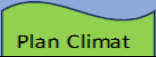
Action 2	Poursuivre l'appel à projets « Formations innovantes pour les métiers du tourisme »
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de permettre aux demandeurs d'emploi, aux saisonniers, aux jeunes diplômés et aux salariés de monter en compétences, pour répondre aux enjeux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De qualité de l'accueil, • D'adaptation aux évolutions des attentes de la clientèle, • De transitions écologique et numérique impactant les métiers <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Poursuite de l'appel à projets permanent en fonction des budgets alloués. 	
Principaux partenaires	<p><i>Région, Comité régional du tourisme, Pôle Emploi, Carif-Oref</i></p>


Action 3 	Proposer des diagnostics-conseils aux entreprises
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit d'offrir un soutien sur-mesure aux entreprises du tourisme, pour permettre l'amélioration de leurs performances dans les domaines de la gestion des ressources humaines, la transition numérique, le management environnemental et la qualité de service.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre du partenariat avec la Dreets et les OPCO AFDAS et AKTO, pour le volet ressources humaines du dispositif - Elaboration de nouveaux partenariats (Dreets et ADEME) pour la mise en œuvre des volets management environnemental et qualité de service (2023) - Conventonnement et/ou marchés publics pour l'accompagnement à la labellisation des professionnels et à la réalisation de diagnostics-conseil (2022-2024) 	
Principaux partenaires	<i>Région, principales branches professionnelles du secteur, la Dreets, l'ADEME</i>

Action 4	<u>Poursuivre la campagne de valorisation des métiers du tourisme</u>
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de poursuivre une campagne de valorisation des métiers du tourisme et la mobilisation des employeurs, en partenariat avec les branches professionnelles de la filière et les principaux acteurs institutionnels de l'emploi.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Bilan de la première phase à la fin de l'année 2022 - Suivi de la campagne nationale et poursuite d'actions régionales ciblées régulières 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, principales organisations professionnelles de la filière, Direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités, agences de développement, Pôle Emploi, Institut français du tourisme, etc.</i>

 Action 5	Créer un groupement d’employeurs du secteur du tourisme et favoriser les échanges d’emplois entre employeurs
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s’agit de la création du Groupement employeurs du sud pour un tourisme engagé (GESTE), par le Comité régional du tourisme, en partenariat avec le Lab RSE innovation et la Direction régionale de l’économie, de l’emploi, du travail et des solidarités, afin, en lien avec les branches professionnelles de la filière et les principaux acteurs institutionnels de l’emploi, de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lutter contre les difficultés de recrutement et de fidélisation des entreprises ; • Sécuriser des emplois stables et pérennes ; • Accompagner l’évolution des compétences et des métiers. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Lancement du groupement, pour l’hôtellerie (octobre 2022) - Elargissement à la restauration et à d’autres conventions collectives (2024) 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, Direction régionale de l’économie, de l’emploi, du travail et des solidarités, Lab RSE Innovation, principales branches professionnelles du secteur du tourisme</i>


Programme INVESTISSEMENTS ET INNOVATION

<p>Action 1</p> 	<p>Favoriser la modernisation des hébergements touristiques, en particulier les investissements volontaristes (environnement, logement des saisonniers, handicap, vélo)</p>
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit du soutien à l'investissement pour la modernisation des hébergements touristiques, sous forme de subventions conditionnées par la prise en compte des enjeux environnementaux (ex : label environnemental ou exemplaire), de durabilité (ex : logement des saisonniers) et d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap (ex : label tourisme et Handicap).</p> <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vote du cadre d'intervention de soutien aux hébergements touristiques renouvelé à la fin de l'année 2022 	
<p>Principaux partenaires</p>	<p><i>Région, l'ADEME</i></p>


<p>Action 3</p> 	<p>Mettre en relation des professionnels du tourisme et des prestataires proposant des solutions environnementales</p>
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit de mettre en relations les entreprises du tourisme avec des apporteurs de solutions (phyto-épuration, toilettes sèches, filtration de l'eau, déshydrateurs de biodéchets, douche anti-gaspillage, parkings perméables, produits ménagers 0 déchet etc.), au moyen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'un rapprochement annuel entre apporteurs de solutions et professionnels du tourisme (manifestation, ateliers, annuaire ...) • De l'extension du réseau de diffusion des professionnels labellisés "esprit parc" et "valeurs parcs" (parcs naturels) vers les acteurs du tourisme régional : syndicats professionnels, têtes de réseaux, agences consulaires, offices de tourisme et tous les acteurs régionaux pouvant conseiller les professionnels. <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enquête auprès des professionnels, destinée à identifier des apporteurs de solutions d'une part et des besoins non satisfaits d'autre part sera lancée fin 2022-2023. - Déploiement 2023 – 2025, notamment dans le cadre du forum annuel de l'écotourisme 	
<p>Principaux partenaires</p>	<p><i>Cluster Ea Eco Entreprises, Région, réseau des parcs naturels régionaux et nationaux, l'ADEME, le Comité régional du tourisme, l'association Mercantour Eco tourisme, le cluster ...</i></p>

 Action 4 	Soutenir des projets importants d'investissement et le renforcement des fonds propres des entreprises du tourisme
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit d'aider les entreprises du tourisme à renforcer leurs fonds propres, notamment dans le cadre de l'adaptation au changement climatique et pour des projets d'investissement d'envergure, en déployant les outils suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le prêt participatif INVESTour, en faveur de projets innovants, en création et en reprise/transmission ; • D'éventuels fonds complémentaires en faveur de projets d'investissements importants ; • Le partenariat de la Région avec Atout France, la Banque des territoires, l'Agence Nationale des Collectivités Territoriales et l'Etat, pour des projets d'investissement touristiques structurants privés et publics. <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vote de la nouvelle stratégie d'investissement d'INVESTour fin 2022/début 2023 - Participation dans des fonds complémentaires 	
Principaux partenaires	<i>Région, l'ADEME, Région Sud Investissement, Provence-Alpes-Côte d'Azur Emergence, secteur bancaire et fonds d'investissements</i>

Action 5	Des datas qualifiées (Tourisme-Transport- Culture-Patrimoine) pour de nouveaux services via les plateformes Data Sud Id Géο et Data Sud Lab
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit d'améliorer la qualité des données saisies dans le Système d'Information Touristique Apidae, afin de développer des outils permettant de croiser des datas hétérogènes (Tourisme-Transport-Culture-Patrimoine...) et, ainsi, permettre l'émergence de nouveaux services, via les deux plateformes régionales Data Sud (Id Géο et Lab).</p> <p>Principales étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finalisation de l'étude conduite sur les 52 EPCI de la région (fin 2022) - Travail sur la qualité des données et création de nouveaux services par des Entreprises de Services Numériques (ESN) utilisatrices des données agrégées sur les plateformes Data Sud : tout au long du schéma - Déploiement d'un outil et d'un accompagnement RH (fin 2022 à 2024) 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, agences départementales de promotion touristique, Fédération régionale des offices de tourisme et offices de tourisme, Entreprises de services numériques (ESN)</i>

Action 6 	Accompagner les plans d'actions des branches et des regroupements professionnels
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit, en ciblant les branches et les secteurs impactant fortement l'économie des territoires et contribuant à ancrer la région comme destination responsable, soit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'accompagner les fédérations professionnelles ou groupements d'entreprises actant une stratégie partagée, la coordination et la mutualisation de moyens et d'actions (promotion, professionnalisation, démarche de progrès ...) ; • De soutenir, en fonction des moyens disponibles et des co-financements publics, les plans d'actions et les actions spécifiques des groupements d'entreprises et réseaux de professionnels. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Poursuite les soutiens engagés et favoriser de nouvelles initiatives privilégiant les démarches de progrès, environnementales et RSE : pendant toute la durée du SRDTL 	
Principaux partenaires	<i>Région, têtes de réseaux, syndicats de professionnels, groupements d'employeurs, opérateurs de compétences, chambres consulaires, organisations professionnelles, entreprises</i>

Programme DESTINATIONS DURABLES

 Action 1	Favoriser une gestion raisonnée, voire régulée, des flux touristiques
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de favoriser la conception, l'expérimentation et le déploiement de solutions numériques innovantes destinées au pilotage des flux touristiques, afin d'éviter la dégradation des milieux naturels et l'insatisfaction croissante des habitants et des touristes. L'action vise, dans le cadre de l'Appel à projets « Sites touristiques exemplaires » et le challenge « l'innovation dans la gestion des flux » à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accompagner des expérimentations de solutions numériques de pilotage des flux ; • Inciter les territoires à tester de nouvelles solutions ; • Identifier les solutions et initiatives déjà existantes dans ce domaine ; • Animer une communauté pour faire émerger des initiatives et partager de bonnes pratiques. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <p>- Accompagnement de 15 projets de 2023 à 2025</p>	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, parcs nationaux et parcs naturels régionaux, Agence Régionale pour la Biodiversité et l'Environnement, Fédération régionale des offices de tourisme, entreprises de services numériques</i>
Action 2	Renforcer les capacités numériques de commercialisation de l'offre touristique
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit d'améliorer le parcours client, selon les dispositions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accompagner la construction de sites internet, axée sur la demande et non plus uniquement sur l'offre ; • Aider les stratégies de référencement naturel (SEO), afin d'améliorer la visibilité des sites ainsi que leurs positionnements dans les principaux moteurs de recherche ; • Faciliter la gestion de la e-réputation via l'outil partagé Fairguest. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place du plan de formation tout au long du Schéma - Organisation des rencontres CM on the beach tous les 2 ans - Accompagner les socio-professionnels et les destinations au travers du dispositif Territoires Touristiques d'Avenir tout au long du schéma 	
Principaux partenaires	<i>Fédération Régionale des Offices de Tourisme, Comité Régional du Tourisme, entreprises de Services Numériques</i>

Descriptif :

Il s'agit, par ce dispositif d'accompagnement des territoires (OTI, EPCI), de favoriser la poursuite du maillage de Provence, Alpes et Côte d'Azur en destinations touristiques structurées et capables de répondre aux enjeux du tourisme de demain, considérant les deux priorités des transitions numérique et environnementale. Elle soutient, en cohérence avec les marques monde :

- La poursuite des destinations infrarégionales déjà engagées ;
- Les stratégies des territoires à l'échelle intercommunale ;
- La mise en œuvre de plans d'actions responsables et numériques, particulièrement en termes de commercialisation, de labellisation environnementale, de développement digital et de management environnemental.

Principaux outils et/ou étapes :



- Vote du cadre d'intervention, en lien avec l'Appel à projets Parcours Sud SMART Territoires pour son volet numérique
- Déploiement pendant toute la durée du Schéma


Principaux partenaires


Région, Comité régional du tourisme, agences de développement, offices de tourisme intercommunaux, collectivités, parcs nationaux et parcs naturels régionaux, organisations professionnelles, Fédération régionale des offices de tourisme, socio-professionnels


Programme ALTITUDE


Action 1	Candidature de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur aux Jeux Olympiques 2034 ou 2038
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de porter l'ambition de la candidature de la Région aux jeux olympiques d'hiver 2034 ou 2038 et, notamment, de préparer les territoires alpins à ce grand évènement tout en portant les priorités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De développement durable ; • D'appropriation par les habitants ; • De mobilisation des professionnels du tourisme et de traduction systématique des data ; • De promotion et de structuration de l'offre touristique et sportive dans son ensemble, et élargie aux découvertes patrimoniales et de paysage. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Dépôt d'une intention de candidature auprès du comité national olympique français mi-juillet 2022 - Dépôt de la candidature auprès du comité international olympique à suivre - Actions d'accompagnement des territoires en respect du phasage à établir 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, fédérations sportives concernées</i>

 Action 2-1 	Programme d'actions Territoires de montagne pour la reconquête de clients et l'intégration des enjeux environnementaux
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de définir et de mettre en œuvre des stratégies de développement et de diversification touristique intégrées, portées par des territoires structurés autour d'une gouvernance partagée. Au travers de cette démarche, les trois enjeux prioritaires portés par le Comité de Massif des Alpes sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'adaptation au changement climatique ; • La diversification du développement touristique autour des nouvelles attentes des clientèles ; • La cohérence territoriale. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre des plans d'action des 20 territoires retenus dans les Alpes du Sud - Programmation de comités techniques et de pilotage Etat/Région/départements. - Dépôts des demandes de financement par les porteurs des projets priorités 	
Principaux partenaires	<i>Espaces valléens (EPCI, PNR), Etat, Région Auvergne-Rhône-Alpes, départements alpins, FEDER alpin</i>


Action 2-2 	Accompagner les domaines skiables vers la neutralité carbone dès 2030 (Contrat Stations 2030)
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit d'accompagner l'évolution du modèle économique et touristique des stations intégrées à leur écosystème valléen, afin de déployer une offre touristique à l'année d'excellence, diversifiée, innovante, neutre en carbone, respectueuse de l'environnement et des populations, tout en privilégiant le maintien de la pratique des sports d'hiver.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre des plans d'actions Des 12 territoires retenus dans les Alpes du Sud - Programmation de comités techniques et de pilotage Région/départements Dépôts des demandes de financement par les porteurs des projets priorités 	
Principaux partenaires	<i>Région, EPCI, stations, offices de tourisme, départements</i>


Action 2-3 	Soutenir la modernisation durable des refuges (Conférence Interrégionale du Massif Alpin)
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de soutenir les propriétaires ou gestionnaires de refuge des Alpes du Sud pour l'installation d'équipements d'énergies renouvelables (« Refuges zéro fumée ») ou la création/rénovation/réhabilitation exemplaires de locaux (« Refuges création, réhabilitation »).</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse et sélection partenariale annuelle des projets. - Dépôt des dossiers par les bénéficiaires sélectionnés. 	
Principaux partenaires	<i>Région, Etat, agences de développement économique et touristique, Départements alpins, FEDER alpin</i>

Action 2-4 	Conforter et promouvoir les itinéraires majeurs des Alpes (Conférence Interrégionale du Massif Alpin)
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit de conforter la gouvernance des acteurs alpins du développement touristique de l'offre en itinérance et de soutenir l'aménagement et la gestion des sites naturels majeurs afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pérenniser une réflexion interrégionale sur les itinéraires à valoriser à l'échelle du massif autour d'une approche durable ; • Encourager la coordination d'une promotion et d'une communication ciblée et cohérente, ainsi que la mise en marché de l'offre ; • Favoriser l'appropriation par les territoires traversés des itinéraires mythiques (accueil des clientèles, maximisation des retombées économiques, valorisation des patrimoines). <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inscription préalable des projets dans les plans d'action des espaces valléens concernés - Dépôt des demandes de financement par les porteurs des projets priorités. 	
Principaux partenaires	<i>Région, Etat, départements alpins, FEDER alpin</i>



Action 2-5 	Développer la mobilité durable en expérimentant de nouvelles solutions écotouristiques en montagne (Conférence Interrégionale du Massif Alpin)
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit de soutenir les initiatives suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expérimentations de nouveaux usages et solutions de mobilité écotouristiques en montagne adaptées aux bassins de vie de montagne et touristiques ; - Création de pôles multimodaux (PEM 3.0) intégrant de nouvelles offres de mobilité autour des gares et des zones de flux ; - Etudes et expérimentations pour l'usage des carburants alternatifs comme l'hydrogène. <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inscription préalable des projets dans les plans d'action des espaces valléens concernés. - Dépôt des demandes de financement par les porteurs des projets priorités. 	
Principaux partenaires	<i>Région, Etat, départements alpins, FEDER alpin</i>


Programme MOBILITES


Action 1 	Mesurer l’empreinte carbone des déplacements touristiques et la pollution de l’air générée
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s’agit de mesurer régulièrement l’empreinte carbone des différents types de déplacements touristiques, et également la pollution de l’air. Cela devra permettre de quantifier et qualifier sa diminution et de la partager avec les professionnels du tourisme.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Extraire les données concernant les déplacements dans l’enquête clientèles tout type de transports confondus - Point sur les données disponibles et manquantes - Mettre en place les outils susceptibles de fournir un suivi régulier à long terme - Valoriser les efforts produits 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, ATMOSUD, ADEME</i>

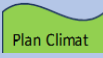
Action 2 	Etat des lieux et structuration d’une offre de mobilité touristique décarbonée et intermodale
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s’agit de contribuer à l’objectif régional de neutralité carbone, d’inventer la mobilité d’un tourisme responsable et d’intégrer le parcours client touristique dans la politique de la Région, selon les déclinaisons suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobiliser les socio-professionnels dans leurs territoires et proposer des offres adaptées, des séjours packagés, en lien avec l’itinérance, le cyclotourisme, la mobilité électrique ; • Etudier la faisabilité d’une application régionale qui propose un trajet sur mesure et multimodal avec calcul du meilleur itinéraire, du prix, et dont APIDAE serait un des outils de back office ; • Etudier la faisabilité d’un pass transport régional multimodal permettant aux visiteurs de découvrir la région sans voiture (et à un prix attractif hors saison) <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les interlocuteurs, mise en relation, état des connaissances, bilan régional des GES du secteur touristique, benchmark (2023). - Elaboration des scénarios et de la feuille de route (2023) - Mise en œuvre tout au long du Schéma 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, la Fédération régionale des offices de tourisme, SNCF, Association des Offices de Tourisme, etc.</i>

Action 3	Echanges d'informations réguliers entre Transport et Tourisme
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit de nourrir les stratégies du parcours et de l'expérience client, dans les actions opérationnelles de directions régionales complémentaires, afin de faciliter les mobilités touristiques et excursionnistes, en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Améliorant le calculateur d'itinéraires Sud mobilité à disposition des institutionnels du tourisme afin de renseigner les usagers sur l'offre de mobilité alternative à la voiture individuelle ; • Favorisant le développement de l'interopérabilité des données touristiques avec les données transport et culturelles ; • Facilitant l'achat de prestations annexes (hébergements, transport, location de voiture, parkings, évènements, excursions...). <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les interlocuteurs, rencontrer les transporteurs locaux et les autorités organisatrices de mobilité et planifier des calendriers réguliers - Impliquer les acteurs de la promotion touristique 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme ; transporteurs locaux, autorités organisatrices de mobilité</i>


 Action 4		Développer et valoriser une offre de mobilité touristique « bas carbone »
<p>Descriptif :</p> <p>Il s'agit d'apporter de la visibilité au grand public sur les possibilités offertes pour voyager en diminuant son empreinte carbone, par le biais de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La qualification et la mise en avant des offres touristiques accessibles en transport en commun et les points de recharges pour les véhicules électriques ; • L'amélioration de la connexion entre les DATA touristiques et celles liées au transport pour optimiser l'information diffusée aux clients ; • La promotion des moyens et longs séjours, au regard de l'augmentation du coût du transport dans le budget des touristes. <p>Principaux outils et/ou étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir une méthode de qualification commune dans APIDAE - Valoriser des idées de circuits accessibles en transport en commun 		
Principaux partenaires	<i>Comité régional du tourisme, en lien avec offices de tourisme et agences de développement touristique départementales</i>	



Action 5 	Créer un challenge « dernier kilomètre » touristique
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de proposer des solutions de mobilité durable aux visiteurs arrivant dans des gares ou arrêts de bus, portes d'entrée de territoires enclavés de la région. Il s'agit de mobiliser des entreprises pouvant aménager des stations de mobilité (location de vélos ou véhicules électriques) afin de desservir des hébergements ou points d'intérêt touristique.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer le cahier des charges du challenge et choisir un ou plusieurs prestataires - Lancer un appel à projets pour trouver des territoires pilotes - Déployer la/les solutions retenues sur le territoire régional 	
Principaux partenaires	<i>Région, avec partenaires privés</i>


Action 6 	Encourager la programmation de séjours « bas carbone » auprès des agences de voyages et de tour-opérateurs et des acteurs de la filière croisière
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de sensibiliser les opérateurs de voyage (y compris ceux de la croisière) quant aux possibilités offertes par notre région pour voyager en limitant son impact sur l'environnement : mobilité durable, hébergements et activités écoresponsables, restauration « green », ...</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Créer un catalogue d'idées de séjours écoresponsables, en partenariat avec des agences réceptives de la région • Valoriser cette offre de séjours lors d'opérations commerciales en France et à l'international 	
Principaux partenaires	<i>Comité régional du tourisme, clubs de la croisière, ports, tours opérateurs, ...</i>

<p>Action 7</p> 	<p>Prise en compte de la demande touristique dans l'offre des Transports en lien avec les AOM, promotion et aide à la commercialisation</p>
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>L'analyse des besoins et des comportements des touristes permettra de proposer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une offre tarifaire incitative au report modal, complémentaire à la gestion des flux, et fléchant les périodes de moindre fréquentation • De développer les services d'information et de distribution adaptés à cette cible d'utilisateurs spécifique (recherche d'offre par itinéraires, traductions, achat de titres à distance et dématérialisés,...) : des leviers indispensables pour développer une véritable mobilité touristique et bas carbone sur le territoire. <p>En termes de distribution et d'informations voyageurs, l'enrichissement de l'offre de services existante est à poursuivre pour répondre toujours mieux aux besoins, besoins partagés avec les clientèles occasionnelles.</p> <p><u>Principales étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventaire des besoins de mobilité touristique avec les territoires • Benchmark sur des offres régionales similaires • Etudes, concertation et conventionnement, pour définir les offres les mieux adaptées aux clientèles touristiques et leur modèle économique pour les partenaires concernés. • Déclinaison des titres multimodaux zonaux existants ou à créer pour des produits adaptés aux touristes, en lien avec les AOM : • Optimisation de la DATA Transports vers tous les supports d'information touristique • Développement continu de la distribution BtoB et BtoC, simplification des moyens de paiement sur site et digitaux. • Travail spécifique sur l'accessibilité des stations de ski en hiver via les points d'entrée réels des clientèles extra régionales. 	
<p>Principaux partenaires</p>	<p><i>Région, Comité régional du tourisme, Autorité Organisatrice des Mobilités</i></p>


Programme PROXIMITE ET FILIERES

Action 1 	Le tourisme d'<u>itinérance</u> et des <u>parcours régionaux thématiques</u>
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de faciliter et accompagner l'itinérance douce de portée régionale ainsi que de développer et promouvoir les parcours régionaux thématiques (en cohérence avec le développement des mobilités décarbonées, comme suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recensement des itinéraires de portée régionale, valorisation et promotion ; • Développement d'outils numériques facilitant l'information grand public, valorisant les services touristiques, la mobilité et le petit patrimoine et permettant la commercialisation. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Déploiement d'une passerelle informatique entre les systèmes d'informations géographiques Geotrek et d'informations touristiques Apidae (2023-2024) - Mise à disposition, via Apidae, de la donnée patrimoine issue de Gertrude, plateforme dédiée à l'Inventaire Général du Patrimoine Culturel de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur - Recensement, priorisation, structuration puis valorisation des itinéraires régionaux (sur la durée du Schéma) 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, parcs naturels régionaux et nationaux, Départements, Entreprises de Services Numériques</i>

 Action 2 	De l'écotourisme à un tourisme responsable sur l'ensemble du territoire régional : devenir la première région du tourisme durable de France
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>La région disposant d'un important patrimoine naturel et des moyens de se positionner comme destination incontournable de l'écotourisme, il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Essaimer la démarche de tourisme responsable sur l'ensemble du territoire régional et d'assurer l'animation et la mise en place du plan d'actions ; • Renforcer la qualification des entreprises, notamment par les labellisations tourisme durable ; • Soutenir l'amélioration de l'expérience client ainsi que le pilotage numérique des flux touristiques (Appel à projets Sites touristiques exemplaires). <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Déploiement d'un nouveau contrat de filière pendant toute la durée du Schéma 	
Principaux partenaires	<i>Réseau des parcs naturels Régionaux, parcs naturels nationaux, Comité régional du tourisme, Région, Fédération régionale des offices de tourisme, Agences de développement, ADEME, Fédération régionale des Gîtes de France, etc.</i>


Action 3 	Plan d'actions filière vélotourisme et VTT
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de mettre en œuvre une organisation de la filière plus ambitieuse et transversale afin d'accélérer la réalisation du Schéma Régional des vélo routes et de l'ensemble des pratiques du vélo sur le territoire régional ainsi que des services touristiques associés (label Accueil Vélo, animation et mise en tourisme des itinéraires, communication et promotion).</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Nouvelle répartition des missions précises et coordonnées d'un Plan d'actions filière vélotourisme et VTT fin 2022-début 2023 - Réflexion sur l'élargissement des missions de l'association Vélo loisir Provence - Mise en place du plan d'actions (2023-2024) 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, Vélo Loisir Provence, ADEME, FEDER LEADER</i>

Action 4	Déploiement d'outils d'interfaçage de plateformes de commercialisation d'activités de loisirs et accompagnement des professionnels
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit d'accompagner les professionnels des activités de loisirs et les destinations à développer des plateformes de commercialisation, en évitant la multiplication des saisies de données.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Référencement des différentes plateformes et analyses : courant 2022 - Financement d'études permettant de choisir l'outil le mieux adapté - Accompagnement des acteurs et des socio-professionnels à la commercialisation en ligne: tout au long du Schéma - Interfaçage des différents outils de services digitaux avec Apidae : de 2022 à 2024. - Récupération des données d'afin de les mettre à disposition des institutionnels du tourisme : tout au long du schéma 	
Principaux partenaires	<i>Région, en lien avec le Comité régional du tourisme, Fédération régionale des offices de Tourisme, Aide à Maîtrise d'Ouvrage, Alentour et autres plateformes de commercialisation.</i>


Action 5 	Contrat de filière Art de Vivre
<p><u>Descriptif</u></p> <p>Il s'agit de fédérer les professionnels de secteurs proches du tourisme (agriculture, parfumerie, gastronomie, artisanat etc.) dont les offres sont fortement commercialisées auprès de clientèles touristiques, proches comme lointaines et dont la structuration en filière contribuera au tourisme 4 saisons et à la gestion des flux touristiques, en permettant de proposer des offres alternatives et novatrices lors des pics d'affluences.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir le périmètre de cette nouvelle filière touristique - Identifier les pilotes et partenaires et signer un premier contrat de filière - Développer les associations de marques (touristique+ secteur proche), identifier les valeurs communes, cibler des clientèles prioritaires, identifier des parcours de découverte ou thématiques - Valoriser (recenser dans APIDAE, référencer, créer ou enrichir des contenus, ...) et promouvoir les offres identifiées - Accompagner des entreprises ouvertes à l'accueil de publics, à la mise en tourisme de leurs offres - Répondre à l'Appel à Manifestation d'Intérêt du Fonds tourisme de savoir-faire (Direction Générale des Entreprises) 	
<p>Principaux partenaires</p>	<p><i>Région, Comité Régional du Tourisme, Parcs naturels régionaux et nationaux, Départements, Pôle Innov'Alliances, Association Entreprise et découvertes, Chambres consulaires, Fédération régionale des Offices du Tourisme, etc.</i></p>

Fonction support PILOTAGE ET GOUVERNANCE

Action 1	Mise en place d'une gouvernance régionale et territoriale du schéma, sous l'égide de la Région et suivi/évaluation du schéma en lien avec les autres stratégies
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agira de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De suivre le Schéma régional de développement touristique et des loisirs, en lien avec le Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII), le Plan Climat, le contrat de plan, le Schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADETT) ainsi que la Conférence Interrégionale du Massif Alpin (CIMA) ; • En concertation avec les autres collectivités dotées de la compétence tourisme mais, également, au quotidien, avec les entreprises qui composent l'offre touristique régionale. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Etat des lieux en amont - définition d'indicateurs - suivi au fil de l'eau - Evaluation ex-post - Conduite de projets, groupes de travail tout au long de la durée du SRDTL 	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du tourisme, autres collectivités compétentes</i>

 Action 2	Devenir la Région leader de l'observation touristique
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'exploiter l'enquête clientèle 2022 et de réaliser des études thématiques ; • De participer à l'émergence d'une plateforme régionale de Data-Mining (les données numériques au service de l'observation), en lien avec DATA HUB et DATA SUD (Lab.) ; • De perpétuer l'outil de mesure de l'activité économique des entreprises et de l'investissement dans le secteur du tourisme. <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Travail collectif interne continu et dialogue permanent avec les partenaires de la statistique publique (tout au long du Schéma) - Développement de nouveaux indicateurs : conjoncture en temps réel, suivi des émissions carbone, impact social du tourisme, qualité / satisfaction et prospection 	
Principaux partenaires	<i>Comité régional du tourisme, France Tourisme Observation (Atout France), opérateurs numériques de vente en ligne d'hébergement et de services touristiques, Insee, réseau consulaire, etc.</i>

Action 3	Simplifier et actualiser l'information aux acteurs du tourisme
<p><u>Descriptif :</u></p> <p>Il s'agit de simplifier les dispositifs régionaux et de renforcer l'accessibilité de l'information destinée aux entreprises (Mon parcours Tourisme et autres points d'information digitaux), au moyen, notamment, d'un dossier type de demande de financement, de la valorisation des entreprises soutenues et d'une série d'outils largement diffusée.</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des nouvelles modalités d'information et de communication - Création des différents contenus - Communications institutionnelles et professionnelle <p>Adaptation d'un dossier type de demande de subvention aux spécificités du tourisme</p>	
Principaux partenaires	<i>Région, Comité régional du Tourisme.</i>

Action 4 	Créer les conditions propices à générer des partenariats à effets de levier pour le territoire
<p><u>Descriptif</u></p> <p>Il s'agira, par exemple, de mettre en place le comité régional du Plan destination France puis de décliner un volet tourisme de l'accord entre l'ADEME et la Région, « Trajectoire vers la neutralité carbone en 2050 », pour le financement spécifique des entreprises, des territoires et des filières touristiques (écotourisme, cyclotourisme et VTT, tourisme d'affaires et de congrès) ou encore de renforcer les principales conventions existantes (Atout France, ...)</p> <p><u>Principaux outils et/ou étapes :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Etudier l'opportunité d'un appel à manifestation d'intérêt commun pour l'accompagnement des entreprises en matière de management environnemental (2023) - Déploiement de 2023 à 2025 - Développement de nouveaux partenariats 	
Principaux partenaires	<i>Région, Etat, ADEME, Atout France, Europe, partenaires privés, comité régional de tourisme</i>