

Stratégie de destination touristique

Pour poser les bases d'une **stratégie de destination autour des Alpes de la Méditerranée** (WP3 – 3.1) les partenaires ont souhaité se faire accompagner par un groupement de consultants spécialisés en management de stratégie territoriales.

Le groupement **PUNTO3**, ayant de solide références et une méthode spécifique, a travaillé en trois phases :

- 1// **une analyse SWOT du territoire transfrontalier des Alpes de la Méditerranée** en prenant en considération le territoire candidat UNESCO. Cette phase a mêlé d'importantes études statistiques, l'envoi d'un questionnaire (225 réponses) à tous les opérateurs touristique du territoire et des rencontres avec les partenaires publics et privés. Elle a notamment permis d'identifier « 11 territoires touristiques » au sein de ce macro -territoire et d'individualiser une aire « échantillon » composée de 5 communes italiennes et de 3 communes françaises sur lesquelles ont été approfondie la démarche.
- 2// la seconde phase de l'étude est issue d'un savoir-faire spécifique à PUNTO3 qui a proposé **une analyse stratégique des flux de fréquentation** sur l'aire échantillon. Les acteurs du territoires volontaires (75 personnes) ont participé à des ateliers de travail (4 workshop) et ont été invités à éprouver une **méthode propre au bureau d'études, la méthode « San Gallo »**. *La Méthode San Gallo est une méthode développée par l'Université de Saint-Gall (Suisse). Elle a été testée ces dernières années dans plus de 30 destinations dans les Alpes, et notamment dans les régions touristiques de Bellinzona-Ticino, Davos, Bâle, Lucerne, Genève, Zurich, Saint-Gall, Les Dolomites. Il s'agit d'une méthode :*
 - *Scientifique (basée sur une solide tradition d'étude et de recherche appliquée)*
 - *Participative (elle implique les opérateurs dans l'analyse et la planification)*
 - *Concrète (à partir de l'analyse des flux, et non de la destination idéale)*
 - *Rapide (quelques réunions suffisent pour obtenir une image complète des flux)*
- 3// la dernière phase a permis d'identifier une stratégie de communication, de promotion et de marketing autour de trois axes essentiels, issus notamment de la méthode San Gall :
 - **OUTDOOR (alpinisme – nature active – familles)**
 - **NATURE (écotourisme – bien-être)**
 - **PATRIMOINE (ruralité – histoire et culture)**

Ces 3 axes seront le socle du développement du positionnement et de l'identité des **Alpes de la Méditerranée** et confirment l'importance et le **rôle central des aires naturelles protégées et de la coopération transfrontalière sur ce vaste territoire**.

Toutefois, la stratégie a identifié la nécessité **d'individualiser et de créer une gouvernance autour du territoire des Alpes de la Méditerranée** pour lui conférer une réelle existence et surtout une appropriation par les forces-vives.

Un en livrant un plan d'actions à mettre en œuvre pour y parvenir a été livré de même qu'un benchmark très intéressant sur des destinations similaires. **Cette étude servira de socle au prochains projets de coopération transfrontalière.**

Les ateliers de travail avec les opérateurs autour de la méthode San Gall



Illustration de la méthode San Gall

Le projet ALP-MEDITERR a également permis de **renouveler le portail officiel du GECT Parc Européen / Parco Europeen Alpi Marittime Mercantour (WP – 2.1)** pour asseoir la stratégie de destination des Alpes de la Méditerranée.

Totalement bilingue, le portail a été modernisé, avec un design moderne épuré, qui reprend le slogan déjà utilisé sur le portail de randonnée Geotrek (WP2 – 2.2) : Alpi Marittime – Mercantour, les Parcs des Alpes de la Méditerranée.

La démarche a principalement visé à **asseoir et structurer le Parc Européen à travers la création d'une rubrique spécialement dédiée au GECT** (qui présente la structure dans sa globalité) ainsi qu'une rubrique présentant **tous les projets de coopération transfrontalières développés**. Deux autres rubriques sont, quant à elles, destinées à présenter le territoire et ses richesses avec une

approche visant à apporter des informations complètes (naturalistes, historiques, culturelles, etc.) aux visiteurs.

Le site présente également tous les nouveaux projets et actualités.

Il ne s'agit pas encore d'un site de destination transfrontalière à proprement parler, dans la mesure où ce portail lie à la fois des informations à caractère « administratif » et d'autres à caractère « touristique ». Mais le projet ALP-MEDITERR a permis d'en poser les bases. Il sera aisé de faire évoluer le site en ce sens dans les mois à venir, tout en préservant un portail dédié spécifiquement au GECT.

Home page du site du GECT

