

Elaboration d'un programme de sorties thématiques à la
journée de tourisme durable
dans le Parc naturel régional de Camargue

CAHIER DES CHARGES

**Maître d'ouvrage :
Syndicat mixte de gestion du Parc naturel régional de Camargue
Mas du Pont de Rousty
13 200 ARLES**

1. Contexte
2. Objectifs de la mission
3. Contenu de la mission
4. Modalités d'exécution de la mission
5. Durée et budget prévisionnels de la mission
6. Remise des offres
7. Critères de sélection des offres

1. Contexte

Depuis 2008, dans le cadre d'une démarche collective soutenue par le Conseil Régional PACA et conduite par les cinq Parc naturels régionaux de PACA (Alpilles, Camargue, Queyras, Luberon et Verdon), le Parc de Camargue s'est engagé dans un processus de mise en œuvre des principes de la « Charte Européenne de Tourisme Durable » (CETD) dans les espaces protégés, sur son territoire et avec les acteurs du tourisme.

La CETD est un outil de développement touristique reconnu au niveau européen géré par Europarc (fédération européenne regroupant différents types d'espaces protégés). Chaque espace protégé signataire s'engage de manière volontaire, à définir et animer une stratégie de développement touristique durable qui se traduit dans un programme d'actions.

La CETD est structurée en 3 volets pour engager les différents acteurs concernés dans une démarche de progrès :

- le volet 1, permet à un espace protégé de définir avec les acteurs du territoire sa stratégie territoriale et son plan d'actions sur 5 ans ;
- le volet 2, permet aux prestataires touristiques de définir et mettre en place sur 3 ans un plan d'actions individuel en matière de tourisme durable, cohérente avec les enjeux du territoire et la stratégie de l'espace protégé ;
- le volet 3 concerne les tours-opérateurs, les agences réceptives ou d'autres structures situées dans ou en dehors de l'espace protégé qui commercialisent la destination dans une approche de développement durable.

S'agissant du volet 1 de la CETD, la candidature du Parc de Camargue a été déposée fin 2009 et a fait l'objet d'une évaluation au printemps 2010 par un expert d'Europarc. L'expert a émis un avis favorable sur cette candidature et l'agrément du Parc à la CETD sera prochainement formalisé par Europarc.

Avec pour ambition de faire de la Camargue une destination de tourisme durable fondée sur la découverte et la valorisation d'une zone humide d'intérêt international, la stratégie de tourisme durable du Parc de Camargue se décline en 4 axes répartis en objectifs opérationnels, traduisant ainsi les grands enjeux issus de l'état des lieux :

- Axe 1. Structurer l'offre touristique en fédérant les acteurs du territoire
- Axe 2. Développer une offre de qualité, intégrant le management environnemental et l'accessibilité
- Axe 3. Mieux répartir l'activité touristique sur l'ensemble du delta
- Axe 4. Véhiculer une image cohérente et dynamique de l'espace, en s'appuyant sur la préservation de l'environnement et l'identité culturelle liée à une zone deltaïque

Dans la continuité du travail effectué sur le volet 1, les cinq Parcs naturels régionaux ont engagé depuis avril 2009, un travail complémentaire en vue d'élaborer un dispositif d'accompagnement des professionnels dans les pratiques de tourisme durable au titre du volet 2 de la CETD, puis de valoriser et promouvoir une offre qualifiée à l'échelle de la région.

Aujourd'hui, l'ensemble du dispositif est en cours de finalisation et de validation, démontrant une vraie dynamique inter-parcs. Celui-ci a été conçu dans un cadre partenarial liant différentes organismes institutionnels, acteurs de la mise en œuvre de la démarche : les cinq Parcs naturels régionaux, le Conseil Régional PACA, le Comité Régional du tourisme, les Comités départementaux du tourisme ou Agences de développement touristique départementales, les Chambres de commerce et d'industrie régionale et départementales.

La CETD est ainsi appelée à devenir un cadre de référence pour le développement et la promotion du tourisme durable et de l'écotourisme dans les espaces protégés de PACA. L'offre en matière de tourisme durable et d'écotourisme pourra ainsi se positionner comme une alternative crédible et lisible sur les territoires.

2. Objectifs de la mission

En Camargue, de nombreuses activités et prestations touristiques se sont développées ces dernières années afin de promouvoir le patrimoine culturel et les savoir-faire de la Camargue (accueil du public dans les manades de taureaux, tourisme équestre, découverte de la faune et la flore, restauration et gastronomie...).

Cependant, rares sont les professionnels à s'être engagés dans des démarches de mise en réseau de l'offre visant à regrouper des prestations par thème ou par thèmes complémentaires en vue de proposer des sorties à la journée et répondre ainsi aux attentes des visiteurs. C'est pourquoi, bon nombre de prestations sont considérées comme peu novatrices par les clientèles et les prescripteurs de tourisme de découverte.

Dans cette perspective, le Parc naturel régional de Camargue souhaite organiser et promouvoir avec les acteurs du tourisme, de l'agriculture et les organismes de promotion touristique et de commercialisation (offices de tourisme, CDT 13, CRT PACA, tours opérateurs de tourisme durable), la création de sorties thématiques à la journée reposant sur les principes du tourisme durable.

Aussi, la production et la mise en marché de sorties thématiques à la journée constituent un champ d'expérimentation pour la mise en œuvre du volet 3 de la CETD, avec pour objectifs :

- de veiller au développement du tourisme durable respectueux de l'équilibre entre fréquentation et préservation des milieux naturels et des patrimoines ;
- de mettre en réseau les acteurs et l'offre du territoire en vue de proposer des thématiques qui orienteront le public vers la découverte des savoir-faire, des produits et des ressources patrimoniales de Camargue
- de favoriser les rencontres entre les prestataires et le public ;
- de structurer les filières touristiques par la mise en place d'actions collectives et transversales entre professionnels du tourisme et avec les autres acteurs du territoire (agriculteurs notamment) ;
- de toucher et fidéliser des clientèles sensibles à la qualité et à la préservation de l'environnement, à la valorisation du patrimoine naturel, architectural et culturel d'un territoire ;
- de désaisonnaliser la fréquentation et améliorer sa répartition sur l'ensemble du territoire du Parc

3. Contenu de la mission

Ce projet de mise en réseau et en marché de l'offre s'effectuera autant que possible avec des professionnels engagés dans des démarches collectives répondant à différents niveaux d'exigence et d'engagement en matière :

- de prestations d'accueil, d'information et d'animation ;
- de mise en valeur des patrimoines et des savoir-faire du territoire ;
- de préservation de l'environnement.

Dans la perspective de la mise en œuvre du volet 2 de la CETD sur le territoire, la démarche s'appuiera sur :

- les différents signes de reconnaissance et labels dans le domaine du tourisme durable ou de l'éco-tourisme (dont la marque « Accueil du Parc naturel régional) et des handicaps ou des déficiences des visiteurs (label « Tourisme et Handicap ») ;
- ou à défaut sur la prise en compte des principes du développement durable et du handicap dans la gestion des établissements et l'accueil des visiteurs ;
- les signes officiels de qualité en matière de produits agricoles présents sur le territoire (AOC Taureau de Camargue, IGP Riz de Camargue, Agriculture Biologique...) ou la marque « Produit du Parc naturel régional »

Le travail demandé comprend quatre phases complémentaires comprenant l'élaboration et la mise en marché expérimentale d'un pré-programme de sorties thématiques à la journée jusqu'à l'évaluation de ce pré-programme pour aboutir à la finalisation d'un programme définitif.

Phase 1. Sensibilisation des acteurs et formalisation d'un groupe projet

Cette première phase doit permettre d'identifier les personnes ressources (prestataires touristiques, agriculteurs, gestionnaires de sites, offices de tourisme, organismes institutionnels du tourisme au plan local, départemental et régional...) représentatives des activités touristiques et de découverte de la Camargue susceptibles de représenter des thématiques pertinentes pour l'organisation des sorties à la journée.

Aussi, il s'agira d'informer les acteurs sur les objectifs poursuivis, de recenser individuellement leurs attentes et leur degré d'implication dans la démarche entreprise puis de les mobiliser collectivement au sein d'un groupe projet.

Cette première phase se traduira par la rédaction d'une note de cadrage précisant les attendus et les modalités pratiques de mise en œuvre des différentes phases de la mission en lien avec le groupe projet.

Phase 2. Inventaire et expertise de l'offre

Cette seconde phase cherchera à recenser, hiérarchiser et analyser, par grands types d'activités, l'offre existante sur le territoire du Parc (***territoire actuel élargi à la zone de Mas Thibert et de Port-Saint-Louis-du-Rhône retenu dans le cadre de la révision de la charte du Parc***).

Pour l'ensemble de l'offre recensée, cet inventaire traitera les éléments d'informations tels que (liste non exhaustive) :

- la nature des prestations et services proposés
- les périodes et horaires d'ouverture
- les types de publics reçus
- la politique tarifaire
- les conditions et contraintes d'accueil sur les sites et établissements
- la nature des demandes et les attentes des visiteurs
- ...

Cet inventaire se traduira par un classement et une hiérarchisation de l'information par type d'activités et devra permettre d'identifier les thèmes de découverte les plus porteurs, les types de sorties et les prestations à privilégier en fonction des pratiques recensées chez les prestataires et des demandes des visiteurs. Dans cette perspective, une première sélection de l'offre sera proposée en vue de l'élaboration et la mise en marché expérimentale d'un pré-programme de sorties thématiques à la journée.

Remarque : les critères définitifs de hiérarchisation de l'information seront définis en concertation avec les acteurs et partenaires mobilisés au sein du groupe projet (voir point 4).

Phase 3. Elaboration et expérimentation d'un pré-programme de sorties thématiques à la journée

Cette phase de production et de mise en marché des sorties thématiques à la journée reposera sur les étapes suivantes :

- propositions de contenus à partir de l'offre sélectionnée et élaboration d'un premier pré-programme,

- animation du réseau d'acteurs participant à l'expérimentation pour définir les modalités pratiques d'organisation, de mise en marché des prestations proposées,
- finalisation du pré-programme comprenant 8 à 10 sorties thématiques à la journée,
- définition des supports de promotion (types de supports, contenus, publics visés, nombre d'exemplaires...),
- conception graphique et impression des supports de promotion définis,
- élaboration d'un plan de diffusion des supports de promotion réalisés,
- mise en marché expérimentale du pré-programme de sorties thématiques à la journée ; cette expérimentation sera réalisée en situation réelle sur une période de l'année adaptée (à définir ultérieurement avec le groupe projet en fonction des publics ciblés) et intégrera l'ensemble des phases :
 - de promotion / communication,
 - de commercialisation / distribution,
 - de réservation / acte d'achat,
 - de consommation des prestations / visite des sites proposés.

Le pré-programme sera élaboré sous la forme de « fiches produits » détaillées comprenant les éléments d'information suivants (liste non exhaustive) :

- thématique(s) de la sortie/journée
- contenu introductif de la sortie/journée
- contenu des prestations proposées
- horaires départ et retour
- modalités de déplacement et prise en charge éventuelle
- périodes de disponibilité
- tarifs et modalités de réservation
- renseignements pratiques et contractuels
- ...

La conception graphique et l'impression des supports de promotion définis seront réalisées dans le cadre de présente mission. Les supports seront imprimés sur papier blanchi sans chlore, issu de forêts gérées durablement (label PEFC) et l'utilisation d'encre végétales sera privilégiée. Le budget affecté à ce poste est précisé dans le chapitre « Durée et budget prévisionnels de la mission » (voir point 5).

L'expérimentation de mise en marché sera conduite en priorité avec les organismes locaux pouvant pratiquer la vente de voyages et de séjours et la commercialisation de prestations de services touristiques (offices de tourisme d'Arles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, centrale de réservation du CDT 13) et les agences réceptives.

Phase 4. Evaluation de l'expérimentation et élaboration d'un programme définitif de sorties thématiques à la journée

A partir du pré-programme, cette dernière phase aura vocation à analyser la phase d'expérimentation au plan quantitatif et qualitatif. Elle mettra en exergue tant pour les prestataires que pour les partenaires et les visiteurs les points positifs et les difficultés rencontrées :

- dans la production (thèmes et contenus proposés, assemblage des prestations...)
- dans la promotion et la commercialisation de l'offre thématique (diffusion de l'information, demande de renseignements, intentions et actes d'achat, vente de sorties, relations contractuelles avec les prestataires et les visiteurs...)
- au moment des visites et de la consommation des prestations (informations diffusées, supports utilisés, échanges avec les prestataires...)

A partir de l'évaluation, il conviendra d'élaborer dans un premier temps des propositions d'ajustement du pré-programme, puis dans un second temps un programme définitif de

sorties thématiques à la journée pouvant faire l'objet d'une nouvelle campagne de production, de promotion et de commercialisation par les opérateurs concernés (office de tourisme, CDT 13, CRT PACA, tours opérateurs et réceptifs de tourisme durable...).

Le programme définitif sera construit comme le pré-programme à partir de « fiches produits » détaillés.

4. Modalités d'exécution de la mission

1. Suivi de la mission

Afin d'associer les acteurs locaux et les partenaires institutionnels du Parc, la mission fera l'objet d'un suivi par un Groupe projet et un Comité de pilotage

Le Groupe projet :

- celui-ci sera chargé d'accompagner et de conseiller le prestataire dans sa démarche et de préparer les décisions du Comité de pilotage ;
- il sera composé entre autres des techniciens du Parc (missions tourisme, éducation à l'environnement et culture), de prestataires, de représentants d'organismes professionnels, de gestionnaires de sites, des représentants des offices de tourisme d'Arles, des Saintes-Maries-de-la-Mer et de Port-Saint-Louis-du-Rhône, du CDT 13 et du CRT PACA.

Le Groupe projet se réunira à minima à 7 reprises :

- une fois lors de la phase 1
- deux fois pour chacune des phases 2, 3 et 4

Le Comité de pilotage

- celui-ci sera chargé d'orienter les travaux et de valider ou non les différentes phases de la mission ;
- il sera composé de membres issus des commissions « tourisme durable » du Parc, des représentants des partenaires financiers et d'organismes institutionnels du tourisme.

Le Comité de pilotage se réunira à minima à 3 reprises, en cours ou à l'issue de chacune des phases 2, 3 et 4.

2. Format des résultats attendus - Présentation et restitution de la mission

Lors des réunions, les présentations seront faites à l'aide du logiciel PowerPoint (ou équivalent). Les documents de travail seront fournis au Parc sur support numérique dans des formats compatibles avec les équipements informatiques du Parc (Word, Excel, Pdf).

Chaque réunion donnera lieu à la **rédaction d'un compte rendu par le prestataire en charge de la présente mission.**

Les documents intermédiaires et finaux à l'issue des différentes phases devront être fournis sur support papier à raison de :

- 12 exemplaires couleur pour la note de cadrage à l'issue de la phase 1
- de 3 exemplaires couleur dont un reproductible pour chacune des phases 2, 3 et 4

Les rapports seront imprimés sur papier blanchi sans chlore, issu de forêts gérées durablement (label PEFC).

Enfin, tous les documents de présentation utilisés pour les réunions collectives, les données, outils et documents mentionnés ci-dessus seront fournis libres de droit dans des formats compatibles avec les équipements informatiques du Parc, **sur support numérique de type CD Rom en 2 exemplaires.**

Important : dans la mesure où ce projet fait l'objet d'un soutien financier sur des crédits européens et du Conseil Régional PACA dans le cadre du programme « LEADER du Pays d'Arles », l'ensemble des productions (documents de présentation, rapports, supports de promotion et de communication) devront en faire la mention.

5. Durée et budget prévisionnels de la mission

A compter de son démarrage prévu au plus tard le 30 septembre 2010, la mission ne pourra excéder une durée de 10 mois.

Le budget global prévu pour la réalisation de la mission (dont frais de déplacements et frais divers) est compris entre 25 000 et 30 000 euro TTC, dont 8 000 à 10 000 euros TTC maximum pour la conception graphique et l'impression des supports de promotion.

7. Remise des offres

Les propositions d'intervention devront comprendre :

- la démarche d'intervention proposée pour chacune des phases,
- un devis détaillé précisant le nombre de jours d'intervention et les coûts consacrés à chacune des phases de la mission ainsi que les conditions de paiement,
- le planning prévisionnel des différentes phases d'intervention, et la durée de la mission,
- le nom du chef de projet ainsi que la composition de l'équipe mobilisée en précisant la qualification, l'expérience des différents intervenants et le nombre de jours passés sur la mission par chaque membres de l'équipe,
- des exemples de références similaires ou proches du travail demandé,
- une déclaration sur l'honneur du candidat justifiant qu'il a satisfait aux obligations sociales et fiscales ; le candidat retenu devra fournir dans un délai de 10 jours les attestations sociales et fiscales (articles D.8222-5 ou D.8222.7 et D.8222-8 du code du travail)
- un RIB

Les offres doivent être adressées **au plus tard le 17 septembre 2010** à :
« Monsieur le Président du Syndicat mixte de gestion du Parc naturel régional de Camargue
- Mas du Pont de Rousty – 13200 ARLES – Dossier suivi par D. Vergnaud »

Personne à contacter pour tout renseignement complémentaire :

M. Dominique VERGNAUD – Responsable du pôle Développement Rural et Aménagement du Territoire du PNRC – d.vergnaud@parc-camargue.fr - Tel : 04 90 97 19 27

7. Critères de sélection des offres

Les offres seront jugées sur les capacités du cabinet d'étude à traiter les différents aspects de la mission. Les coûts d'intervention, les références du prestataire et la composition de l'équipe mobilisée seront examinés avec intérêt.

Critères pondérés de sélection des offres :

- Note méthodologique, nombre de jours consacrés à chacune des phases de la mission et cohérence de la proposition (5/10)
- Prix (3/10)
- Références, compétences et composition de l'équipe (2/10)