

COMMUNIQUE DE PRESSE

19 juillet 2022

Le Comité Régional de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur se mobilise pour sensibiliser les visiteurs à l'adoption de comportements responsables en espaces naturels protégés.



© Crédit photo : HonnoratT- Ile de Porquerolles

« Dès son arrivée à la présidence de la Région et en lançant « la Cop d'avance », Renaud Muselier a décidé de faire de la région Provence Alpes Côte d'Azur, la plus engagée contre le dérèglement climatique. Désormais, la transition écologique est une réalité dans la région Sud. L'ensemble des actions du Comité Régional de Tourisme participe à la mise en œuvre d'un autre tourisme, plus respectueux de nos richesses naturelles mais aussi plus respectueux des habitants de notre territoire. Cette campagne de sensibilisation doit permettre de mieux protéger nos espaces naturels et d'inciter les vacanciers à adopter les bons gestes. Respecter ces mesures de bon sens permettra, par exemple, d'éviter des incendies, de ne pas dégrader des lieux fragiles. C'est aussi mieux se respecter les uns les autres. Les mentalités changent, tant mieux. Aujourd'hui, la protection de notre environnement doit être la priorité de chacun ».

François de Canson
Président du Comité Régional de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur
Président d'ADN Tourisme

Contact presse : Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur
Philippe Courtois p.courtois@crt-sud.com – 06 15 08 09 73

L'engagement du Comité Régional de Tourisme

Comme l'an dernier, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur relance une campagne de communication destinée à inciter nos visiteurs à adopter des comportements responsables dans les espaces naturels. Ce dispositif, élaboré en partenariat avec la Région, les Parcs nationaux, les Parcs naturels régionaux et l'Agence Régionale pour la Biodiversité et l'Environnement (ARBE) reprend les codes de la campagne touristique générique #OnaTousBesoinduSud et véhicule 4 messages principaux :

1. **« On a tous besoin de nature »** et il est nécessaire de protéger nos écrins.
2. **« On a tous besoin d'explorer »** et donc de découvrir autrement nos espaces naturels, en visitant, notamment, des sites moins prisés ou en voyageant hors saison.
3. **« On a tous besoin d'être responsable »** et de limiter notre impact sur le milieu naturel.
4. **« On a tous besoin de bien vivre ensemble »** et de respecter les autres usagers.



crédits photos : CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur



Cette campagne sera relayée à l'aide de différents leviers tels que la presse quotidienne régionale, l'application Waze, ou encore les réseaux sociaux.

En complément, cette année, nous mettons en place une démarche spécifique pour capter les plus jeunes à travers le déploiement du **#HérosParNatureChallenge** et faire vivre la campagne sur les réseaux sociaux. Un dispositif a été mis en place pour inviter les communautés à utiliser leurs « super-pouvoirs » en référence aux super-héros en valorisant leurs bonnes actions en faveur d'un tourisme plus vertueux.

Le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur et l'application Waze

C'est la 3^{ème} année que Waze, son régisseur CI Média, et le Comité Régional de Tourisme collaborent. Après une première année d'expérimentation dans le Luberon et le Verdon, plusieurs campagnes ont été menées l'an dernier dans différents espaces naturels de la région et sont à nouveau reconduites cette année.

Pour rappel, Waze c'est près de 17 millions d'utilisateurs actifs en France en août 2021, donc un levier de communication mass média majeur.

Enfin, cette année, nous allons expérimenter les leviers publicitaires de Waze pour un nouvel usage : sensibiliser les automobilistes aux risques d'incendies sur le territoire du Parc national de Port-Cros.

Ces campagnes publicitaires mises en place avec Waze sont utilisées pour 3 types d'usages spécifiques :

- > orienter le stationnement sur certains spots ponctuellement pressurisés pour éviter les parkings sauvages ;
- > proposer des sites alternatifs aux visiteurs lorsque ceux souhaités au départ sont très fréquentés et donc difficilement accessibles ;
- > donner une information importante à l'utilisateur pour améliorer son expérience de séjour : risque d'incendie, obligation de réservation pour accéder à certains sites ou tout simplement signaler une entrée dans un espace naturel protégé.

Ce projet ambitieux a d'ores et déjà reçu le soutien de parcs naturels emblématiques de la région, avec notamment :

- Le Parc national de Port-Cros : valorisation du parking Arromanches pour désenclaver le parking de la Tour Fondue qui permet d'accéder aux Iles d'Or et pour sensibiliser aux risques d'incendie.
- La Communauté de Commune du Pays d'Apt Luberon avec le Parc naturel régional du Luberon et Vaucluse Provence Attractivité : pour proposer des alternatives aux sentiers des ocres de Roussillon et au Colorado provençal de Rustrel et informer de l'obligation de réserver en ligne en matinée pour accéder à ce dernier.
- Le Parc naturel régional du Verdon pour spécifier les usages des parkings du Point Sublime (accès au belvédère) et Samson (accès aux randonnées) à Rougon et informer de la mise en place d'une navette et d'un parking relais au départ de La Palud-sur-Verdon pour accéder aux gorges et au couloir Samson.

- Le Parc naturel régional de la Sainte-Baume pour canaliser le stationnement pour accéder aux Sources de l'Huveaune et inciter les « wazers » à emprunter une aire de stationnement appropriée.
- Le Parc national des Ecrins pour valoriser le service de parking relais et de navette mis en place pour se rendre sur le site de Gioberney.
- Le Parc national des Calanques, en association avec l'Office de Tourisme de Marseille, pour renforcer l'information sur la réservation obligatoire pour accéder aux calanques de Sugiton et des Pierres Tombées.
- En complément, 5 campagnes de sensibilisation sur l'ensemble des Parcs naturels régionaux des Alpilles, Baronnies provençales, Luberon, Mont-Ventoux, Préalpes d'Azur et Sainte-Baume sont menées lors des week-ends de chassé croisés entre la mi-juillet et fin août pour informer les automobilistes de la nécessité d'adopter un comportement responsable dans les espaces naturels protégés.

Ces différentes campagnes ont été mises en place entre le début des ponts de mai et le 14 juillet, en fonction de l'intensité des problématiques de fréquentation rencontrées localement.

Le Comité Régional de Tourisme

A PROPOS DU COMITE REGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Le Comité Régional de Tourisme assure une démarche de promotion et de communication à destination des clients internationaux et français afin de soutenir l'économie touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en lien avec ses professionnels du tourisme. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir des destinations compétitives et créer du lien avec nos clients, sont les 3 objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, des organisateurs de voyages que des médias. La stratégie développée autour des 3 marques Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque et la mutualisation de moyens, elle monte résolument en puissance.