

# Les **Montagnes Emblématiques Méditerranéennes** ( **EMM** ) comme destinations **Côtières d'excellence**

## « **EMbleMatiC** »

Réf. du projet : 594 | 1MED15\_3.1\_M12\_272

# Manuel du projet 1 « **Résultats du projet** »

**Livrable D 235**  
**Groupe de travail 2– Communication**  
**Activité A2.3 Communication des résultats du projet**

*Version finale, 30 juillet 2019*

## RESUME

Ce Manuel du projet 1 présente les résultats du projet et constitue le document de référence. Il décrit les éléments de différenciation du réseau EMM (Emblematic Mediterranean Mountains), qui regroupe neuf montagnes emblématiques du pourtour méditerranéen. Ces éléments de différenciation ont permis d'élaborer neuf écovoyages, un dans chaque montagne. Le processus inclut la définition de 10 critères communs, la présentation du brief marketing et des 30 attributs qu'un écovoyage à dimension emblématique doit inclure.

Ce document fait la synthèse des résultats spécifiques du projet compilés par Pieriki Anaptixiaki et l'université de tourisme de Barcelone (CETT-UB).

## Auteurs :

PierikiAnaptixiaki S.A.-O.L.A. E-mail : pieriki@otenet.gr  
CETT-UB  
Syndicat Canigó Grand Site  
ETAM S.A.

## Partenaires :

Konstantinos Zapounidis, PP4 PierikiAnaptixiaki S.A.-O.L.A.  
Ramon Serrat Mulà, PP8 CETT-UB Barcelona: School of Tourism, Hospitality and Gastronomy  
Alexis Sancho Reinoso, PP8 CETT-UB Barcelona: School of Tourism, Hospitality and Gastronomy  
Alain Gensane, LP1 Syndicat Mixte Canigó Grand Site

Les auteurs demeurent seuls responsables du contenu de cette publication, qui ne reflète en aucun cas l'opinion de l'Union européenne. L'Union européenne ne pourra en aucun cas être tenue responsable de toute utilisation de données contenues dans le présent document. Tout utilisateur de cette publication assume tout risque lié à l'accès et à l'utilisation de son contenu. Ledit utilisateur ne pourra en aucun cas solliciter une indemnité ou procéder à une réclamation au titre d'une quelconque garantie pour toute donnée manquante ou erronée. Les auteurs ne pourront en aucun cas être tenus responsables de toute sorte de dommage, direct ou indirect, résultant de l'accès ou de l'utilisation du contenu de cette publication.

Réf. du projet : 594 | 1MED15\_3.1\_M12\_272

## TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION – LE RESEAU EMM ET LE PROJET INTERREG MED EMBLEMATIC .....	4
1. CRITERES DEFINISSANT LA DIMENSION EMBLEMATIQUE D’UNE MONTAGNE MEDITERANEENNE.....	7
2. BRIEF MARKETING .....	9
3. CAHIER DES CHARGES APPLICABLE AUX ECO-VOYAGES DU RESEAU EMM .....	14
4. LES ECOVOYAGES EMBLEMATIQUES – UNE NOUVELLE OFFRE DE TOURISME DURABLE .....	18

## Introduction – Le réseau EMM et le projet Interreg MED EMbleMatiC

### EMM: Le réseau des montagnes méditerranéennes emblématiques

Le réseau EMM, de l'anglais « **Emblematic Mediterranean Mountains** », créé entre 2013 et 2015, est le fruit d'une initiative prise dans le cadre du programme de développement rural LEADER. Aujourd'hui, le réseau compte 9 membres représentant 5 pays européens (France, Grèce, Italie, Espagne et Albanie) qui participent au projet de coopération Interreg MED EMbleMatiC.

Chaque membre du réseau représente une région montagneuse « emblématique », plus précisément une des neuf montagnes situées sur le pourtour méditerranéen (voir le schéma ci-dessous), dont la réputation nationale, régionale et internationale en tant que destination touristique de choix est bien ancrée.



Chaque montagne du réseau constitue **une entité unique et riche, façonnée à la fois par l'homme et la nature**, et résolument tournée vers l'avenir. Le caractère visible et **tangible** de ces montagnes est le reflet d'une **physionomie iconique, unique et remarquable**, tandis que leur caractère invisible et **intangible** repose sur **l'expérience unique de vivre ou séjourner dans un paysage emblématique**. Ces montagnes sont devenues un **symbole partagé de l'identité des habitants et reflètent leurs spécificités**.

Ces neuf territoires ont des **défis communs à relever** qui sont au cœur des préoccupations du réseau. Ces défis communs consistent notamment à **préserver les valeurs patrimoniales** des

menaces endogènes et exogènes, à **partager les expériences positives et les bonnes pratiques** et à renforcer la **reconnaissance internationale**.

L'**ambition** du réseau est de s'agrandir pour devenir un **réseau méditerranéen majeur**, à condition que les valeurs du réseau soient **pleinement respectées** par les nouveaux membres.

Pour cela, le réseau s'applique depuis 2013-2015 à mettre en œuvre une dynamique **d'amélioration constante** s'appuyant sur une **éthique** et des **valeurs** que le réseau partage et transmet, tout en suscitant l'intérêt du public.

Les **valeurs du réseau** sont clairement définies et solidement ancrées depuis 2013.

- Tout d'abord, une **démarche de développement durable** visant à préserver le patrimoine culturel et naturel continue d'être un de nos piliers principaux.
- Par ailleurs, nous portons une attention constante à la revalorisation des **valeurs patrimoniales fragiles** et à leur **protection** contre les menaces endogènes et exogènes, tout en préservant les **ressources intangibles**.
- Au-delà de la responsabilité commune des **populations locales** de protéger et de transmettre leur **héritage patrimonial commun** aux **générations futures**, les montagnes sont **ouvertes** aux visiteurs, dans le respect de certaines **valeurs** et de certaines **règles**.
- Enfin, une **démarche d'amélioration constante, contrôlée et équilibrée**, préservant les paysages ainsi que la **qualité de l'expérience**, reste au cœur du projet de **développement local** suscitant **l'intérêt du public** et **l'attachement** au lieu et mettant en valeur **l'image de marque**.

### **EMbleMatiC : le projet de coopération Interreg MED qui donne vie au réseau**

Entre 2016 et 2019, le programme Interreg MED a coopéré activement avec les membres du réseau EMM dans le cadre du projet intitulé EMbleMatiC :

« Emblematic Mediterranean Mountains as Coastal Destinations of Excellence »

(Les Montagnes Emblématiques Méditerranéennes (EMM) comme destinations côtières d'excellence « EMbleMatiC »)

L'**objectif général** du projet est de créer et de tester une offre touristique radicalement différente en s'appuyant sur les caractéristiques uniques des territoires des 9 montagnes et de proposer une alternative aux traditionnelles vacances à la plage.

Le partenariat inclut cinq pays, neuf montagnes et une université (CETT-UB, Barcelone) :

- Syndicat Canigó Grand Site – France / LRMP
- Métropole Aix Marseille- Sainte Victoire Grand Site – France / PACA
- Agence de développement du Berguedà – Espagne / Catalogne
- Consell Insular de Mallorca – Espagne / Îles Baléares
- Gal Terre dell'Etna e dell'Alcantara – Italie / Sicile
- Gal Gran Sasso Velino – Italie / Abruzzes
- Pieriki Anaptixiaki – Grèce / Macédoine centrale
- Akomm-Psilorititis – Grèce / Crète

- Municipalité de Himarë – Albanie



- CETT-UB - School of Tourism, Hospitality and Gastronomy – Espagne / Catalogne

Le projet s'articule autour de **trois objectifs stratégiques** :

- **rééquilibrer les flux de touristes** entre la mer et la montagne, **élargir la saison touristique** et augmenter les **retombées économiques** pour les territoires ;
- co-crée et expérimenter une **offre de « slow tourisme »** (tourisme de la lenteur ou mobilités douces) dans les régions montagneuses de l'arrière-pays en élaborant **9 éco-itinéraires** s'appuyant sur les **singularités emblématiques** de chaque territoire ;
- accroître la **reconnaissance internationale** de ces singularités grâce à des **actions de communication communes** aidant les territoires à définir une marque ombrelle défendant une approche du **tourisme durable et responsable**.

Dans la pratique, comme décrit dans les prochains chapitres de ce Manuel, le réseau EMM a mis au point neuf éco-itinéraires (appelés « écovoyages » – voir le chapitre 4) dans les neuf montagnes concernées sur le pourtour de la mer Méditerranée en respectant les critères communs définis (voir le chapitre 1), le brief marketing commun (voir chapitre 2) et le cahier des charges que chaque « écovoyage » doit respecter (voir chapitre 3).

## 1. Critères définissant la dimension emblématique d'une montagne méditerranéenne

L'élaboration d'un ensemble concret de singularités et d'éléments permettant de démarquer les montagnes du réseau constitue un résultat majeur du processus d'étude du projet Interreg MED EMbleMatiC. Leurs singularités ont trait à leurs aspects emblématiques tout à fait uniques et exceptionnels. Ces montagnes présentent de nombreux éléments qui reflètent parfaitement la dimension emblématique de ces territoires de l'arrière-pays, à savoir des caractéristiques et des atouts uniques au monde ainsi que des spécificités hors du commun. Ces critères font également référence aux sites classés et aux certifications, au patrimoine tangible et intangible, aux éléments aussi inoubliables que surprenants, conférant à ces lieux un charme et un caractère authentiquement méditerranéen. La combinaison d'éléments rares et d'éléments plus classiques pour déterminer les caractéristiques uniques d'une montagne forme des caractéristiques très appréciées et contribue à proposer un tourisme qui fait la différence. Ces éléments de différenciation et ces caractéristiques très appréciées ont été synthétisés sous la forme de 10 critères (C1 à C10). Ces critères, définis ci-dessous, caractérisent la dimension EMbleMatiC commune à tous ces territoires de montagne.

### ***C1 Des populations locales fières de leurs origines***

Le premier critère évalue dans quelle mesure la population locale s'identifie à sa montagne, éprouve de la passion et de l'attachement pour le lieu et est fière de ses origines et des caractéristiques emblématiques du lieu. Le terme « fierté » fait ici référence au sentiment d'appartenir à un territoire, de vivre au pied d'une montagne qui en est le symbole et de jouer un rôle majeur sur le plan international.

### ***C2 Reconnaissance institutionnelle***

La reconnaissance institutionnelle d'une montagne ou d'une zone d'une montagne fait notamment référence aux désignations de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) (Réserve naturelle intégrale, Zone de nature sauvage, Parc national, etc.), à l'inscription de sites naturels au Patrimoine mondial de l'UNESCO, au Réseau mondial des réserves de biosphère et au Réseau mondial de Géoparc nationaux, ainsi qu'aux prix décernés tels que le prix européen EDEN (Destinations européennes d'excellence), le Diplôme européen des espaces protégés et les Grands prix Natura 2000.

### ***C3 Renommée***

Le troisième critère concerne les valeurs universelles et la renommée nationale ou régionale du territoire de montagne.

### ***C4 Légendes et mythes***

Ce critère porte sur la mythologie et notamment sur les éléments impliquant des saints, des puissances inconnues ou des phénomènes surnaturels, des interactions spirituelles et symboliques, des exploits héroïques et des contes populaires.

### ***C5 Pouvoir d'inspiration***

Le pouvoir d'inspiration est évalué—en tenant compte du niveau de créativité, à savoir la présence d'art sous toutes ses formes (littérature, peinture, films, danse, musique, photographie, etc.).

### ***C6 Paysage pittoresque***

Ce critère porte sur la silhouette de la montagne, ses caractéristiques géologiques exceptionnelles et des éléments tels que les pentes fortes et la proéminence géographique. La montagne doit donner une impression graphique forte et attirer le regard. Son intégrité visuelle ainsi que le patrimoine culturel et les réalisations humaines hors du commun qui l'entourent sont également pris en compte.

### ***C7 Des écosystèmes uniques***

Ce critère porte sur le caractère sauvage et intact des écosystèmes, sur les biotopes et géotopes, la biodiversité et les endémismes, les écosystèmes d'eaux douces, la biodiversité des forêts, la tranquillité naturelle des lieux et l'état de conservation des habitats, des espèces et des zones vulnérables.

### ***C8 Identité culturelle méditerranéenne***

Ce critère porte sur l'identité et la culture méditerranéennes communes qui se reflètent à travers les valeurs et les activités de la population locale : coutumes, musique et danse, festivals, habitudes alimentaires, qualité des produits, mentalité et tempérament des locaux, lieux de recueillement et lieux sacrés, œuvres architecturales et vestiges archéologiques.

### ***C9 Durabilité et environnement anthropogénique***

Ce critère porte sur « l'empreinte » des interventions humaines, l'impact environnemental des activités humaines, les travaux qualitatifs menés dans le cadre de la préservation et de l'aménagement du territoire, ainsi que sur les paysages « urbains », les éléments architecturaux et esthétiques des constructions humaines, les œuvres de l'antiquité et autres œuvres remarquables du passé, le patrimoine industriel et l'authenticité de l'environnement anthropogénique.

### ***C10 Lieux historiques***

Le dernier critère porte sur des éléments tels que les sites préhistoriques et historiques, les monuments et les champs de bataille, les personnalités emblématiques, les villes et les régions marquées par l'Histoire, ainsi que les sentiers historiques et culturels.

## 2. Brief marketing

### *Qu'est-ce que le brief marketing ?*

Le brief marketing vise à établir un cadre commun pour gommer les différences entre les produits touristiques du réseau EMM et les présenter sous une marque ombrelle afin de les positionner sur le marché comme un produit unique. Le présent document sert de conditions générales encadrant la mise en œuvre des activités pilotes, c'est-à-dire qu'il inclut un modèle d'indications techniques pour élaborer des produits touristiques localement adaptables. Chaque partenaire s'est appuyé sur ce modèle pour mener à bien son activité pilote, c'est-à-dire la création de son éco-itinéraire. Enfin, le brief marketing contribue à la mise en œuvre du *slow tourisme* dans les montagnes du pourtour méditerranéen.

Bien que le brief marketing soit destiné principalement à une utilisation interne pour donner des orientations et des conseils aux partenaires du projet EMbleMatiC, il est le produit d'efforts communs déployés au sein de la communauté du programme Interreg MED. Ce document pourrait donc se révéler utile dans le cadre d'autres projets de tourisme durable menés par la communauté du programme Interreg MED et également pour des acteurs externes travaillant à la promotion du tourisme.

### *Points communs des partenaires du réseau EMM :*

Chaque produit touristique fait partie du réseau EMM et doit donc présenter un ensemble de caractéristiques communes afin que le réseau puisse en faire la promotion comme s'il s'agissait d'un seul et unique produit. Ces caractéristiques communes ont été définies dans le cadre du projet EMbleMatiC et ont été détaillées au chapitre 1 de ce Manuel.

Ces caractéristiques reflètent un ensemble de valeurs partagées par le réseau :

- le respect d'une approche durable tenant compte des perspectives à long terme de toute opération de nature environnementale ou culturelle et de l'implication de différentes échelles géographiques, allant du local à l'international ;
- la préservation du patrimoine culturel et naturel en incluant sa dimension tangible et intangible, en accordant une attention particulière aux aspects de planification, notamment la planification touristique, territoriale et économique ;
- le maintien de l'ouverture des territoires de montagne en s'appuyant sur l'humain, car seule une approche fondée sur des échanges riches entre les populations locales et les visiteurs peut encourager une ouverture d'esprit.

### *Déclaration des objectifs*

Le brief marketing présente un triple **objectif** : (1) rééquilibrer les flux touristiques de la mer vers la montagne, élargir la saison touristique et améliorer les retombées économiques pour les territoires ; (2) cocréer et expérimenter une offre de *slow tourisme* dans les régions montagneuses proches de la côte méditerranéenne en élaborant 9 éco-itinéraires s'appuyant sur les singularités emblématiques de chaque territoire ; et (3) accroître la reconnaissance

internationale de ces singularités grâce à des actions de communication communes aidant les territoires à définir une marque ombrelle symbolisant un tourisme durable et responsable.

Les **objectifs** spécifiques de la stratégie marketing sont les suivants :

(1) élaborer une stratégie marketing commune, c'est-à-dire une feuille de route que les membres définiront d'un commun accord et respecteront ; (2) faire connaître les valeurs du réseau, c'est-à-dire transmettre ces valeurs lors de la promotion du produit ; (3) définir un positionnement commun, c'est-à-dire trouver un marché de niche qui réponde le plus possible aux objectifs de l'ensemble des membres du réseau ; (4) unifier les critères de commercialisation en définissant une marque commune et en faisant une promotion commune, c'est-à-dire utiliser un élément unique (logo, message clé, accroche narrative) pour promouvoir les produits ; et (5) proposer et promouvoir une offre radicalement différente, c'est-à-dire être capable de présenter notre produit de façon à ce qu'il soit perçu comme un produit unique et original.

### **Actions marketing**

Pour atteindre ces objectifs marketing, il faut mettre en œuvre des actions commerciales précises, avec un calendrier et une organisation clairement définis. Ces actions doivent également être personnalisées pour cibler la clientèle. Les sept actions marketing suivantes sont organisées de façon thématique selon sept aspects :

**Profil visé** : nos produits sont conçus pour un large éventail de visiteurs. Tout le monde est invité à visiter les montagnes du réseau et à parcourir nos itinéraires, lesquels, en raison de leur faible niveau de difficulté, sont susceptibles d'intéresser différents profils de visiteur. Cependant, le visiteur type aurait idéalement le profil suivant :

- âgé de 30 à 55 ans et appartenant à la classe moyenne.
- voyage en couple ou en famille.
- vient de l'étranger ou visite sa région ou son pays d'origine.
- aime voyager en petit groupe ou en famille.
- aime la nature et s'intéresse tant au patrimoine qu'aux événements culturels.
- privilégie un mode de vie durable et aime marcher pour découvrir les lieux.

**Positionnement** : les trois enjeux suivants démarquent potentiellement notre offre de celles proposées dans des zones présentant des caractéristiques ou des atouts semblables :

1. Nous sommes **emblématiques** : c'est ce qui fait notre différence. L'expérience que nous proposons diffère des autres produits écotouristiques en ce qu'elle réunit un ensemble de valeurs et de caractéristiques qui la rendent exemplaire et unique.
2. Nous sommes **méditerranéens** : nous sommes proches de la mer Méditerranée, qui façonne nos cultures et nos paysages. Nous appartenons à la mer la plus connotée à l'échelle mondiale et à ses paysages, ses traditions, son patrimoine commun, son sens de la convivialité, sa musique et sa gastronomie. Imprégné de la brise méditerranéenne,

notre produit reflète également notre volonté d'améliorer et de préserver notre lieu de vie commun.

3. Nous sommes des **montagnes** : notre silhouette fait la singularité de notre territoire et de nos paysages. Notre principale singularité géographique est d'être des montagnes, c'est ce qui définit notre territoire et donne du sens et une identité à notre réseau. L'expérience que nous proposons est conçue pour ces montagnes et autour de ces montagnes et exploite leurs potentiels tout en tenant compte de la fragilité de leurs écosystèmes humains et naturels.

Ces trois atouts sont intimement liés à un ensemble de caractéristiques qui définissent le réseau :

- *Nous sommes européens*
- *Nous offrons accueil et conseils aux visiteurs*
- *Nous encourageons les (re)découvertes*
- *Nous stimulons la production locale*
- *Nous générons un impact environnemental faible*
- *Nous faisons la promotion du slow tourisme*
- *Nous privilégions les activités traditionnelles*
- *Nous sommes un Réseau*
- *Nous aimons les paysages vivants*
- *Nous faisons le pari d'un avenir meilleur*

**Accroche narrative** : chaque partenaire est chargé de rédiger son accroche narrative (qui sera personnalisée à chaque cas), cependant le réseau a besoin d'une accroche commune pour son produit. Ce texte commun, qui reprend les principaux piliers mentionnés dans la section sur le positionnement, peut servir de base à chaque accroche individuelle :

*Du mont Olympe au volcan Etna, vivez une expérience emblématique dans neuf montagnes qui ont guidé et abrité le peuple méditerranéen tout au long de leur Histoire commune. Un voyage au fil de neuf paysages qui gardent intacts les empreintes et l'esprit des cultures d'antan dans une nature sublime. Explorez-les à pied, rencontrez les populations et découvrez leurs créations et leurs célébrations. Profitez d'une expérience unique tout en aidant à préserver et à faire prospérer cet héritage inestimable pour les générations futures.*

**Marque** : le réseau EMM est constitué de montagnes où les visiteurs seront accueillis et conseillés. Ce sont des lieux qui guident les visiteurs, leur proposent une façon originale de découvrir les montagnes méditerranéennes tout en offrant, aux nouveaux venus comme aux habitués, un hébergement traditionnel et chaleureux, comme on en trouve souvent dans nos montagnes. Cette double facette « Accueil et Conseils » pourrait être symbolisée par un élément lumineux reliant la mer à la montagne et qui attirerait le regard, par exemple un phare,

une balise ou une lanterne. D'autre part, la dimension d'accueil a été associée à la figure du gardien, à la tour de garde, à un refuge ou à un abri.

Nos produits se concrétisent sur le terrain sous la forme d'une séquence de points (correspondant aux points d'intérêt principaux) reliés les uns aux autres de façon à avoir un début et une fin. Une telle « séquence » aurait pu être nommée de différentes façons, par exemple « itinéraire » (terme utilisé par le réseau EMM dans la phase de proposition du projet), « trajet », « sentier », « parcours », « découverte », « chemin », « circuit », « expérience », « marche », « produit », « voyage », « jours ». Au terme d'un processus de discussions collectives, nous sommes convenus d'utiliser le terme « voyage », en y ajoutant le préfixe « éco » (ce qui synthétise notre positionnement). « *Ecovoyage* » est donc le nom de notre produit.

**Nom de marque proposé : Montagnes méditerranéennes – Votre écovoyage emblématique**

**Logo de la marque adopté :**



**Produit :** les *Ecovoyages* emblématiques sont neuf itinéraires permettant de vivre une expérience de *slow tourisme*, un voyage dans les régions de l'arrière-pays des côtes méditerranéennes privilégiant les mobilités douces. En profitant de ces voyages, les visiteurs auront le privilège d'explorer les singularités de la région et les activités proposées par les professionnels locaux. Un voyage mêlant nature et culture et au cours duquel l'expérience du corps et de l'esprit est telle, que le visiteur est généreusement imprégné du caractère emblématique du territoire.

**Expérience :** les *Ecovoyages* emblématiques sont pensés pour des personnes ayant à cœur d'adopter un mode de vie durable tout en faisant l'expérience de l'esprit du lieu : ne pas être forcé de faire le plus d'expériences possible, mais plutôt de prendre le temps de faire des découvertes uniques en allant vers les gens, les lieux, les paysages... une telle expérience pourrait donner envie au visiteur de réfléchir à sa propre existence... ou d'y apporter des changements. C'est exactement ce que les visiteurs expérimenteront grâce à nos *Ecovoyages* EMbleMatiC.

**Prix et qualité :** les normes qualité varient très peu, cependant, notre réseau englobant de nombreuses régions situées dans des pays présentant des caractéristiques diverses, la gamme de prix de nos produits est relativement large. De plus, les *Ecovoyages* peuvent être inclus dans un pack touristique ou commercialisé séparément. Par conséquent, une même offre d'*Ecovoyage* peut avoir des prix différents en fonction de l'expérience que le visiteur choisit.

### 3. Cahier des charges applicable aux écovoyages du réseau EMM

#### Introduction

Comme mentionné dans les chapitres précédents, chaque membre du réseau EMM (Emblematic Mediterranean Mountains) représente une région de montagne dans laquelle un produit de **slow tourisme** est développé. Ces produits sont des éco-itinéraires permettant de parcourir l'arrière-pays montagneux et sont appelés des **Ecovoyages**. Ils ont été conçus de façon à partager un certain nombre de caractéristiques communes, afin que le réseau en fasse la promotion sous un seul et unique produit.

Les valeurs et les critères du réseau ont été établis en amont (*voir chapitres 1 et 2, respectivement*) et tous les partenaires ont travaillé ensemble dès le début pour convenir d'une liste de 30 attributs communs que chaque partenaire devait respecter lors de la conception et de la mise en œuvre de leur **Ecovoyage**.

L'objectif était de s'assurer que tout visiteur venant expérimenter plusieurs **Ecovoyages**, voire les 9 Ecovoyages, profiterait d'une expérience dont la qualité et l'approche restaient semblables, même si les composantes de chaque offre variaient en fonction du profil du territoire visité.

Une liste de 30 caractéristiques a été structurée autour de 5 domaines : Particularités fondamentales de l'itinéraire ; Services associés ; Ethique et durabilité, Gestion et réseau ; Enjeux de marketing.

Pour s'assurer que chaque Ecovoyage remplit chacune des 30 caractéristiques, notre partenaire académique, le CETT, a mis au point une liste de 30 preuves associées que les partenaires doivent fournir pour démontrer que chacune des caractéristiques approuvées d'un commun accord est respectée.

Le tableau suivant indique les caractéristiques et leurs preuves associées. Elles sont réparties dans les cinq domaines mentionnés ci-dessus.

#### 1. Particularités fondamentales de l'itinéraire

#	Attribut EMbleMatiC commun	Exemples de preuve à fournir
1	Situé dans les contreforts d'une montagne	Carte et description de l'itinéraire
2	Difficulté faible à moyenne	Carte et description de l'itinéraire
3	Accessible toute l'année (sauf conditions climatiques extrêmes : neige, risque d'incendie, etc.)	Calendrier d'accessibilité de l'itinéraire
4	Bien balisé (avec des panneaux ou des outils numériques)	Projet de balisage ; images ou vidéos
5	Inclut des points de vue panoramiques	Carte de l'itinéraire, description des endroits

	bien indiqués	sélectionnés
6	Privilégie les endroits peu fréquentés	Carte et description de l'itinéraire expliquant comment l'itinéraire évite les endroits les plus fréquentés
7	Optimise les infrastructures existantes	Liste des éléments existants

## 2. Services associés

#	Attribut EMbleMatiC commun	Exemples de preuve à fournir
8	Inclut des services ou équipements d'information sur l'environnement et les paysages	Courte description des services ou des équipements existants ou prévus
9	Inclut des visites de sites et de monuments classés	Courte description des activités proposées sur l'itinéraire
10	Inclut des activités pour découvrir le patrimoine intangible	Courte description des activités prévues sur l'itinéraire (peut inclure le programme)
11	Offre des services de guides locaux	Liste des guides sollicités, mentionnant leur lien avec la région concernée
12	Propose des activités respectueuses de l'environnement (activités sportives, santé et bien-être, observation des oiseaux...)	Liste des activités possibles
13	Propose de découvrir la gastronomie locale	Liste des restaurants et autres structures de restauration indiquant, le cas échéant, les certifications correspondantes ( <i>Slow food</i> , Km.0, biologique, équitable...).
14	Offre la possibilité de rencontrer les producteurs locaux et d'acheter leurs produits dans la région (coopératives, marchés...)	Liste des producteurs locaux indiquant leur lien avec l'itinéraire proposé.
15	Lorsqu'un pique-nique à emporter est proposé, promeut des services respectueux de l'environnement s'inscrivant dans une démarche de développement durable	Lignes directrices encadrant les services de pique-nique proposés par les établissements.

## 3. Ethique et durabilité

#	Attribut EMbleMatiC commun	Exemples de preuve à fournir
16	Offre la possibilité d'arriver à destination grâce aux transports	Description des possibilités existantes de transports publics et informations destinées

	publics et encourage les visiteurs à compenser leurs émissions de carbone.	aux visiteurs expliquant comment compenser volontairement leur empreinte carbone.
<b>17</b>	Promeut l'écomobilité pour se déplacer sur l'itinéraire	Carte et description de l'itinéraire. Pour les itinéraires nécessitant un véhicule à moteur, mesures prévues pour favoriser l'écomobilité.
<b>18</b>	Promeut les interactions entre les visiteurs et la population locale	Courte description des interactions possibles (par exemple dans le cadre de l'hébergement, des activités de loisir...).
<b>19</b>	Donne la priorité aux structures d'hébergement gérées localement (par exemple, grâce à des accords de qualité au niveau local)	Liste des structures d'hébergement qui seront incluses dans le guide touristique.
<b>20</b>	Informe clairement et efficacement les visiteurs des bons comportements à adopter dans la zone visitée	Règles applicables aux visiteurs
<b>21</b>	Sensibilise les parties prenantes aux bonnes pratiques du tourisme responsable	Guide des bonnes pratiques environnementales

#### 4. Gestion et gouvernance

#	Attribut EMbleMatiC commun	Exemple de preuve à fournir
<b>22</b>	Met en place des outils de gestion pour améliorer les performances de durabilité de la destination	Plan d'action
<b>23</b>	Met en avant les parties prenantes locales participant à l'itinéraire (c'est-à-dire les hébergements, les restaurants, les agences de voyages, les prestataires d'activités de loisir...)	Base de données des parties prenantes indiquant leur rôle dans le processus d'élaboration de l'itinéraire
<b>24</b>	Regroupe des indicateurs pour surveiller et gérer l'impact de l'itinéraire	Liste des indicateurs qui seront utilisés
<b>25</b>	Partage régulièrement ses expériences avec les autres partenaires du réseau	Calendrier des rencontres en personne et de tout autre type de communication régulière
<b>26</b>	Propose de la documentation touristique au minimum dans la langue locale et en anglais	Liste de la documentation qui sera fournie (dans la langue locale et en anglais)

## 5. Enjeux de marketing

#	Attribut EMbleMatiC commun	Exemples de preuve à fournir
27	Informe sur les services disponibles localement	Liste des services qui seront inclus dans le guide touristique
28	Vise à la fois la population locale et les visiteurs de la côte en proposant des activités différentes et complémentaires	Brief marketing (voir chapitre 2 ci-dessus)
29	Vise un groupe cible commun	Brief marketing (voir chapitre 2 ci-dessus)
30	Promeut une marque et une stratégie marketing communes	Brief marketing (voir chapitre 2 ci-dessus)

#### 4. Les Ecovoyages EmbleMatiC – Une nouvelle offre de tourisme durable

Comme décrit précédemment, la création de neuf Ecovoyages différents constitue un des résultats du projet Interreg MED « EMbleMatiC » mené par le réseau EMM. Tous les membres du réseau ont travaillé ensemble pour offrir aux visiteurs une expérience de voyage plus intense, plus authentique et plus durable. Chaque visiteur peut profiter de ces expériences en parcourant neuf Ecovoyages différents : tous ses sens seront sollicités en découvrant les joyaux nichés autour de ces extraordinaires montagnes du bassin méditerranéen.

Chaque Ecovoyage propose un itinéraire ou un ensemble d'itinéraires à travers l'arrière-pays où se trouvent ces montagnes. En parcourant ces itinéraires à pied, à vélo, à cheval ou en transport en commun, les visiteurs peuvent explorer les singularités de la région tout en profitant des activités locales, de l'artisanat ou des fêtes organisées par les locaux. Tous les itinéraires sont parfaitement intégrés aux paysages, préservant les témoignages et l'esprit de leurs anciennes cultures et de leur splendide nature.

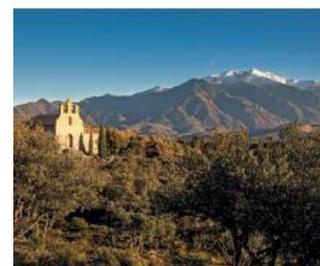
Courte présentation de nos neuf Ecovoyages :

##### ***Les balcons contreforts du Canigó***

Canigó, France

Explorez, savourez et laissez-vous agréablement surprendre par l'incroyable diversité des paysages entourant la Montagne sacrée des Catalans ! Visiter les contreforts du Canigó, c'est la promesse de randonnées contemplatives et originales empreintes de senteurs naturelles.

[www.canigo-grandsite.fr](http://www.canigo-grandsite.fr)



##### ***De la montagne de Çika à la plage***

Çika, Albanie

Ce voyage vous transportera sur un itinéraire panoramique parallèle à la crête de Çika. Cinq sentiers vous invitent à vous écarter de l'itinéraire principal pour atteindre de magnifiques balcons et points de vue. Le patrimoine naturel et culturel ainsi que l'accueil chaleureux des Albanais seront au cœur de ce voyage.

<http://himara.gov.al/>



##### ***Les sept visages du Massif du Pedraforca***

Pedraforca, Espagne

Découvrez les secrets bien cachés de cette montagne magique grâce à une expérience touristique nouvelle.

Un voyage de un à sept jours pour une immersion totale !

[www.elbergueda.cat](http://www.elbergueda.cat) / [www.visitbergueda.cat](http://www.visitbergueda.cat)



***Le Gran Sasso, une montagne de Saints et de Guerriers***

Gran Sasso, Italie

Atteignez le sommet du Gran Sasso, le plus haut de la chaîne des Apennins, par la vallée du Tirino. Vivez une expérience pleine d'émotions, de nature, de traditions d'antan, de magnifiques paysages et de délicieux produits locaux.

[www.galgransassovelino.it](http://www.galgransassovelino.it) / [www.yesgransasso.com](http://www.yesgransasso.com)



***Le mont Olympe, un parcours culturel***

Mont Olympe, Grèce

Suivez les traces d'un itinéraire mythique et unique mêlant avec harmonie paysages grandioses et monuments historiques remarquables.

L'organisation exemplaire des infrastructures et des services concourt à la réussite d'une expérience à ne pas rater !

[www.pieriki-anaptixiaki.gr](http://www.pieriki-anaptixiaki.gr)



***Ecovoyage sur les sentiers du mont Etna et les champs fleuris de vignobles***

Etna, Italie

Découvrez des traditions centenaires qui n'ont pas pris une ride. Vivez le quotidien des locaux, apprenez leur culture et leur mode de vie et tombez amoureux de cet endroit unique au monde.

[www.galetnaalcantara.org](http://www.galetnaalcantara.org)



***Le chemin du Comte Mal***

Serra de Tramuntana, Espagne

Au pied du majestueux mont Galatzo, qui s'élève au-dessus de la mer, laissez-vous porter par une terre de légendes au paysage culturel extraordinaire, façonné au cours des siècles par une population fière de ses origines.

<https://caminsdepedra.conselldemallorca.cat/en/-/la-ruta-del-comte-mal>



***Sur les sentiers mythiques***

Mont Ida (Psiloritis), Grèce

Sur les sentiers mythiques de l'écovoyage du mont Ida (Psiloritis), découvrez une facette originale de la Crète et imprégnez-vous de son histoire, de son patrimoine culturel et de sa nature abondante qui confèrent à ce territoire une dimension intemporelle.

[www.psiloritisgeopark.gr/Home/2/1.html](http://www.psiloritisgeopark.gr/Home/2/1.html)



### ***Des envies de Sainte-Victoire***

Sainte-Victoire, France

Laissez-vous agréablement surprendre par la montagne Sainte-Victoire et découvrez son caractère authentique. Vivez au rythme des locaux et rencontrez un peuple qui incarne le dynamisme de notre territoire.

[www.fuveau-tourisme.com](http://www.fuveau-tourisme.com)



Conformément aux valeurs et au cahier des charges définis par le réseau EMM et présentés dans les chapitres précédents, tous les Ecovoyages mettent un accent particulier sur l'importance de relever les enjeux de durabilité. Ainsi, ces Ecovoyages...

- ✓ ...sont situés dans les régions de l'arrière-pays et sortent des itinéraires touristiques classiques (et surfréquentés) ;
- ✓ ...ont été conçus et développés principalement en s'appuyant sur la valeur intrinsèque d'infrastructures déjà existantes et en les valorisant, le cas échéant ;
- ✓ ...sont le résultat d'un processus participatif impliquant des parties prenantes locales sensibilisées aux bonnes pratiques environnementales en matière de consommation d'eau et d'énergie et de gestion des déchets, tout en faisant la promotion de produits locaux et de saison et en s'efforçant d'obtenir des écolabels ;
- ✓ ...sont conçus de façon à encourager les échanges avec la population locale et les producteurs locaux ;
- ✓ ...permettent aux visiteurs de vivre pendant une période donnée l'essence d'une montagne méditerranéenne : sa nature, sa culture, son peuple et ses traditions.