REMPLACEMENT 2017
Métropole - Réunion

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGRICOLE
E7-1 EPREUVE INTÉGRATIVE

Option : Développement, animation des territoires ruraux

Durée : 240 minutes

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : **Calculatrice**

Le sujet comporte 15 pages

SUJET

La situation
Créée en 1971, l'association Grande Traversée des Alpes (GTA) avait pour mission de développer la traversée estivale des Alpes à pied par le GR5. L'association GTA rassemble des membres publics et privés qui contribuent à son financement et participent à ses instances de décision. Elle s'appuie sur un maillage dense de membres cotisants, avec près de 300 hébergeurs : entreprises, offices de tourisme, EPCI et des partenaires opérationnels très mobilisés, notamment des agences de voyage, des syndicats professionnels, les Chambres de commerce et d'industrie et les Comités régionaux du tourisme.
L'association GTA a créé plusieurs circuits d'itinérance allant du lac Léman jusqu'à la Méditerranée ainsi qu'une route plus thématique, la route de la lavande, déclinée en 6 circuits. « On parle d'itinérance lorsque le touriste a la possibilité de faire étape 2 nuits consécutives dans 2 endroits différents en étant mobile sur un itinéraire, quel que soit le mode de déplacement (à pied, à vélo, à moto, en voiture, à cheval…) » (extrait du site web de GTA).

Le contexte
De la Drôme aux Alpes-Maritimes, en passant par les Hautes-Alpes, le Vaucluse et les Alpes-de-Haute-Provence, les 6 circuits de la Lavande gérés par l'association GTA proposent la découverte d'un territoire d'exception et des rencontres atypiques. Ces circuits font partie de « La route de la lavande ».
L'itinéraire total des 6 circuits, long de 1 000 km, permet de parcourir le terroir de production de la lavande. Au fil de la route, l'itinérant se plonge au cœur d'un territoire au patrimoine naturel et culturel exceptionnel et découvre tous les secrets de la lavande grâce aux hébergeurs, producteurs, distilleries, musées, lieux, haltes gastronomiques, fêtes de la lavande.
L'association souhaite mettre en œuvre une manifestation festive d'une journée destinée à faire découvrir le circuit Forcalquier-Castellane aux touristes. Cette manifestation prendra la forme d'un « Slow up », concept devenu une marque protégée, qui consiste en une manifestation se déroulant sur une journée, sur une route fermée à la circulation motorisée.

Votre mission
Vous êtes assistant-e du responsable Marketing Communication au sein de l'association GTA. L'association vous demande de mettre en place un « Slow up » sur une partie de ce circuit, puis, plus largement, des actions dans le but de promouvoir l'itinérance.

QUESTIONS

1. Évaluer la pertinence du projet « Slow up », compte tenu du contexte. **(5 points)**

2. Élaborer le projet de « Slow up ». **(8 points)**

3. Proposer une réponse adaptée aux principales objections que les élus du bureau de l'association GTA seraient susceptibles de faire sur un tel projet lors de la présentation du dossier. **(3 points)**

4. Imaginer 2 actions de nature différente, distinctes du « Slow up », pour dynamiser le circuit d'itinérance de Forcalquier-Castellane. **(4 points)**

NB : Quelle que soit la réponse apportée à la question 1, vous traiterez les questions suivantes en supposant que le projet est mis en œuvre.

Liste des documents

Document 1 : Données cartographiques
Document 2 : Association GTA
Document 3 : Route de la lavande avec historique
Document 4 : Quelle différence entre la lavande et le lavandin ?
Document 5 : PNR du Verdon et PNR du Lubéron
Document 6 : Enquête sur les touristes de la route de la lavande
Document 7 : Un exemple de « Slow up »
Document 8 : Un des 6 circuits de la route de la lavande : le circuit Forcalquier-Castellane

Les données et les documents sont modifiés pour les nécessités de l'épreuve.

Grille d’évaluation

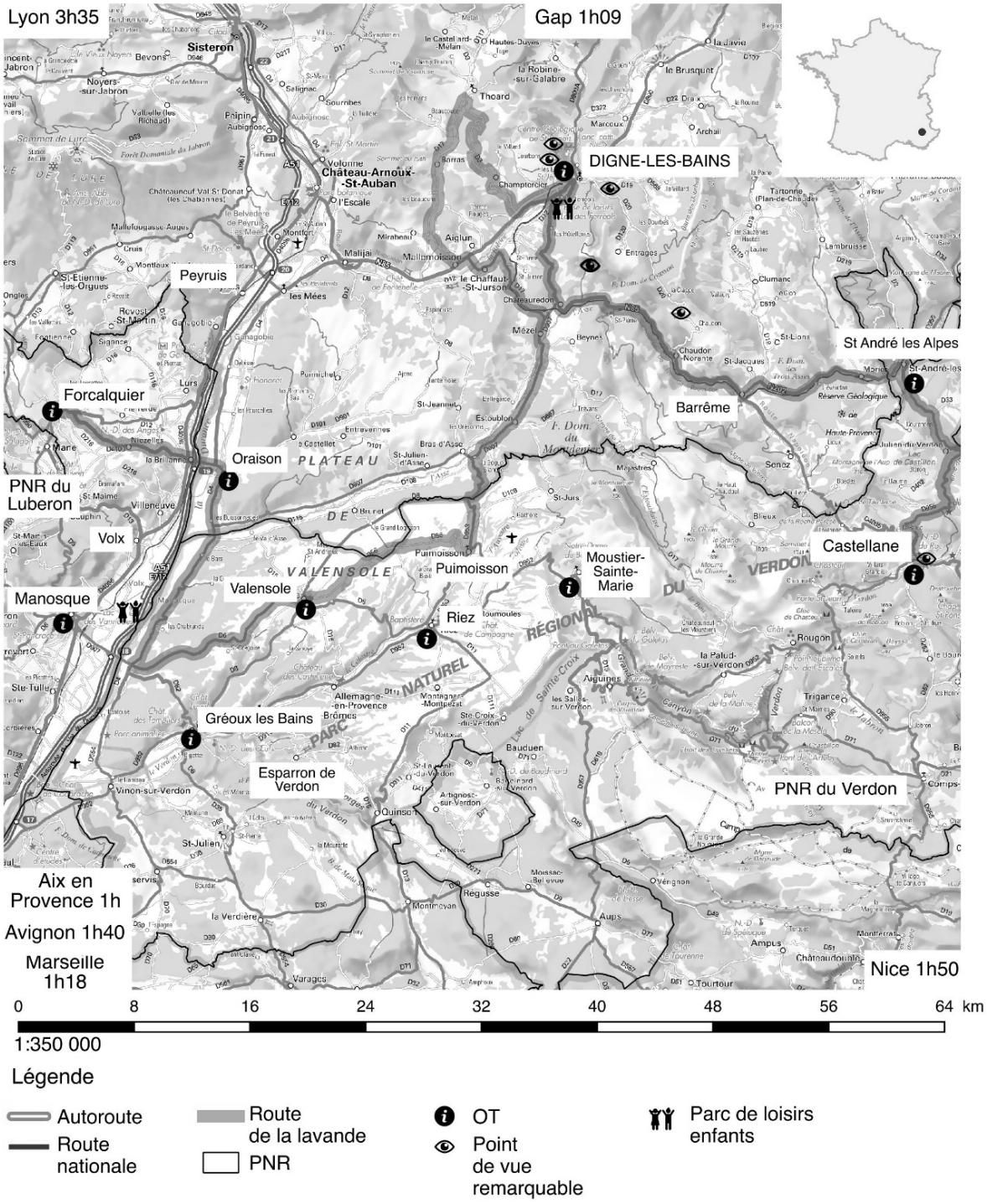
Capacités évaluées :
C10 - Mobiliser les acquis attendus du technicien supérieur en développement et animation des territoires ruraux pour faire face à une situation professionnelle.
C10.4 - Répondre à une commande professionnelle.

Questions	Critères	Barème
1- Évaluer la pertinence du projet « Slow up » compte tenu du contexte.	Identification des spécificités d’un contexte. Justification de la pertinence du projet.	**/5**
2- Elaborer le projet de « Slow up ».	Proposition d’une méthode de projet permettant d’atteindre l’objectif. Présentation détaillée du projet. Justification des choix.	**/8**
3- Proposer une réponse adaptée aux principales objections que les élus du bureau de l’association GTA seraient susceptibles de faire sur un tel projet lors de la présentation du dossier.	Identification d’objections pertinente. Proposition de contre-arguments.	**/3**
4- Imaginer 2 actions de nature différente, distinctes du « Slow up », pour dynamiser le circuit d’itinérance de Forcalquier-Castellane.	Proposition d’actions différentes en cohérence avec le thème.	**/4**
		/20

DOCUMENT 1

La route de la lavande

ROUTE DES LAVANDES
Circuit Forcalquier - Castellane
Département des Alpes de Haute Provence - Région Provence Alpes Côte d'Azur (PACA)

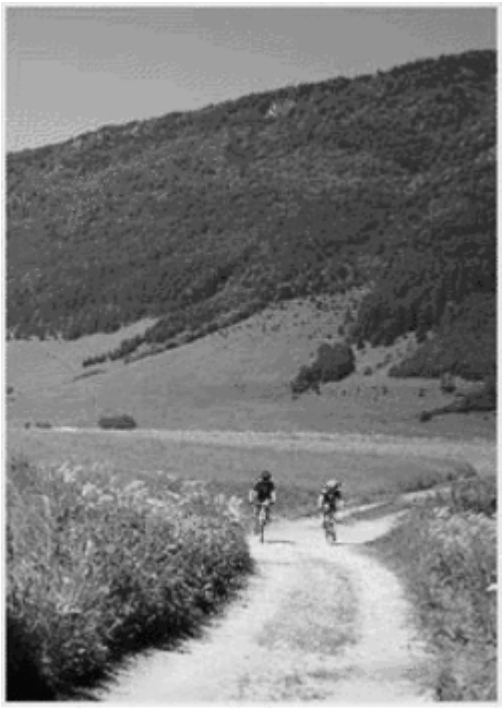


© IGN – 30/09/2016 – AUTORISATION N° 125318-156954

DOCUMENT 2

Association GTA

L'association Grande Traversée des Alpes a été créée en 1971 pour faire du tourisme de montagne, et en particulier de la randonnée, un outil de développement local pour les Alpes françaises.
Structure associative dont le siège social est à Grenoble, la grande traversée des Alpes est pilotée par les régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Rhône-Alpes. Elle regroupe les collectivités territoriales des Alpes françaises, 7 départements, 205 communes, divers organismes œuvrant dans le domaine du tourisme de nature, ainsi que des représentants des randonneurs.



Pour mettre en œuvre ses ambitions, L'association GTA s'appuie sur une équipe de 10 professionnels, basés à Grenoble (siège) et à Gap, dont les compétences sont à la fois complémentaires et variées : comptabilité analytique, qualification de l'offre, mise en marché, évaluation économique et veille stratégique, marketing et communication, animation de réseaux d'acteurs… L'équipe de l'association GTA s'organise en 3 pôles de compétences distincts : le pôle administratif et financier, le pôle développement de l'offre et le pôle communication marketing, emmenés par un pôle de direction regroupant la directrice et les 3 chefs de pôles.
Ses missions sont les suivantes :
- favoriser la pratique des activités de loisirs et de nature en montagne pour un large public ;
- contribuer à l'essor économique de régions de montagne en difficulté en raison de l'abandon des activités traditionnelles ;
- participer à la protection et à la mise en valeur des richesses naturelles et humaines de la montagne.

Source http://www.grande-traversee-alpes.com et http://pro.moveyouralps.com/gta-move-your-alps/
Photo extraite du site GTA

L'itinérance, un facteur d'attractivité et de fréquentation des territoires, un moteur de l'économie locale :
L'association GTA est un organisme unique qui coordonne, anime et développe un réseau de grands itinéraires dans les Alpes et la Provence. Forte de 45 ans d'expérience, elle met son expertise au service du développement économique et touristique du massif des Alpes. […]
Les valeurs ajoutées de l'itinérance pour les territoires : une saison estivale plus longue, avec 50 % de fréquentation sur les ailes de saison.

1- Des hébergements marchands et des services plébiscités par les clients.
2- Un levier d'économie touristique durable, par le maillage territorial et les retombées locales.
3- Une destination à part entière, à notoriété internationale.
4- Des touristes itinérants qui dépensent 15 à 20 % de plus que les clients en séjours.

Extrait du site web de GTA à propos du concept d'itinérance

L'association GTA subit chaque année des baisses des financements publics. En 2016, les baisses les plus significatives proviennent des subventions régionales. A noter une difficulté supplémentaire à laquelle l'association a dû faire face : le vote de la subvention relevant des crédits « Montagne et massif alpin » de la Région Provence Alpes Côte d'Azur - en baisse de 60 % -, est intervenu à la mi-octobre, rendant caduc le compte de résultat prévisionnel pourtant approuvé par le Conseil d'administration de l'association GTA fin septembre. Ceci a nécessité, en urgence, le report d'actions prévues au dernier trimestre. D'une manière générale, la complexité de gestion de l'association, liée d'une part au nombre de partenaires financiers, aux règles de gestion de chaque collectivité d'autre part, et enfin au manque de perspectives pluriannuelles des financements publics, impose un jeu d'équilibriste, générateur de tensions et d'incompréhensions. Les fonds propres de l'association s'élèvent aujourd'hui à 123 823 €, soit la moitié du besoin en fonds de roulement (BFR). Le budget prévisionnel 2017 de l'association s'élève à 844 643 €.

Extraits du rapport d'activité 2016
Données modifiées pour les nécessités du cas.

DOCUMENT 3

Historique de la Route de la Lavande

Les Routes de la Lavande : au carrefour du développement culturel et de la valorisation de la ressource

La lavande française a connu et connaît une dynamique territoriale remarquable, surtout en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, où elle s'intègre dans des réseaux d'échange et de production fortement mondialisés. D'autre part, elle est une représentation symbolique de la Provence. Parallèlement, le tourisme est une base forte de l'économie régionale, puisque près de 220 millions de touristes se sont rendus en région PACA en 2010.

Face aux crises de production de la lavande des années 1980 et 1990, il fût primordial d'allier tourisme, Provence et ressource naturelle par le biais des « Routes de la Lavande », opération touristique faisant partie du Plan de Relance de 1994. Ces itinéraires revalorisent une espèce qui était devenue un peu désuète, mais met également en scène tout le patrimoine provençal puisqu'ils traversent les petits villages provençaux, les réserves forestières, les parcs naturels… Aussi, ces « routes » ont aidé la filière lavandicole à se structurer et à coopérer ensemble : grâce à la mutualisation des idées et des savoir-faire, des unités se sont équipées en matériel High-tech, le développement de la vente directe a donné plus d'indépendance aux producteurs et la lavande redevient un produit noble. « Les Routes de la Lavande » est un concept innovant qui a remis en valeur un produit en perdition et qui a renforcé une filière agricole atypique.

1- La lavande, le symbole de la Provence

La lavande est un arbrisseau qui pousse sur des sols secs, calcaires et ensoleillés, hérités des défrichements de la Préhistoire. C'est également une plante spontanée et endémique de l'ouest du bassin méditerranéen puisqu'elle s'étend de la Provence jusqu'au centre de l'Espagne ; on en trouve également dans le nord de l'Italie.

Ce sont les Grecs et les Romains qui ont été les premiers à l'utiliser pour parfumer et assainir les bains ; en Provence, elle fût utilisée dans la préparation de pommades, de médicaments et de collyres lors des grandes pestes, dès le Moyen Age. Mais c'est durant le XIXème siècle que l'économie de la cueillette apparaît, à travers l'exploitation des bayassières qui sont les lavanderaies sauvages. C'est dans ces espaces que la récolte avait lieu, ainsi que la distillation à l'aide des alambics ambulants, témoignages de l'évolution des savoir-faire locaux traditionnels. Finalement, ce sont l'implantation des parfumeries dans la région de Grasse et les techniques modernes qui vont contribuer à l'essor de l'huile essentielle de lavande provençale. En effet, c'est au début du XXème siècle qu'apparaît la mise en culture organisée systématique de la lavande. La découverte du lavandin vers 1930 en fera également l'objet. La lavande devient un produit industriel dès les années 1950 et 1960 puisqu'elle est utilisée en grande partie pour parfumer les détergents et les produits de nettoyage, avec l'apparition des grands lessiviers.

La production de lavande a largement contribué à la richesse de la Haute-Provence, jusque-là très difficile à valoriser de par sa nature aride et pauvre. Le record de production d'huile essentielle de lavande de Provence est atteint en 1960 avec plus de 150 tonnes produites. Au même moment, les promoteurs immobiliers réalisent les premières publicités dans le bâtiment, en prenant comme produit d'appel la lavande, et notamment à Sault, dans le département du Vaucluse. C'est alors que cette culture en Provence bascule d'une activité traditionnelle vers une activité industrielle : tout le long du XXème siècle, verra apparaître la naissance d'un véritable système productif régional de la parfumerie en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, où la Haute-Provence aura pour fer de lance la culture de la lavande et du lavandin.

Aujourd'hui, cette culture représente 18 500 hectares pour environ un millier d'exploitations, selon le dernier recensement général agricole de 2010. Par conséquent, la France est le leader en production d'huile essentielle de lavande et de lavandin, lequel est davantage utilisé pour parfumer les produits ménagers.

DOCUMENT 3 (suite)

2- La région Provence-Alpes-Côte d'Azur, région la plus visitée après Paris et l'ile de France

C'est dès le début des années 1980 que se développe le tourisme en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, puisque l'offre se structure (établissements hôteliers variés, activités sportives et touristiques, balades en moyenne et haute montagne, exploration des parcs et des réserves naturelles), et connaît un élan remarquable si bien qu'aujourd'hui, elle est la deuxième région française la plus visitée en termes d'arrivées de touristes français comme étrangers. Au même moment, et après trente ans d'utilisation pour parfumer les produits ménagers, la lavande souffre d'une image « rétro », folklorique et devient une production vieillissante, vidée d'une quelconque valeur patrimoniale, et le tourisme pourrait remettre cette culture sur pied. Ainsi, les premiers guides touristiques qui associent lavandes et Provence paraissent, et les parfumeurs commencent aussi à lier lavande et Provence ; ce sont d'ailleurs les premiers médias qui vont construire ce lien. Enfin, cette période correspond aussi à la mise en place du label « Appellation d'Origine Contrôlée Huile Essentielle de Lavande de Haute-Provence », qui est le fruit de l'association des producteurs de lavandes de Haute-Provence, excédés de voir leur production chuter au profit de lavandes étrangères. L'idée est donc d'allier le tourisme et la lavande.

3- La lavande, un produit d'appel

C'est en 1969 que le conseil général des Basses-Alpes (devenues aujourd'hui les Alpes-de-Haute-Provence) publie un petit opuscule intitulé la « Route de la Lavande » : il s'agit, en fait, d'itinéraires touristiques, des circuits pédestres et automobiles dans les Basses-Alpes et la vallée de l'Ubaye. La lavande semble n'être qu'un lien un peu artificiel, puisqu'elle n'est visiblement pas l'objectif du déplacement. Elle n'est mentionnée que très brièvement et il est indiqué au début de la brochure une liste non exhaustive des localités où l'on peut trouver des distilleries. Puis, au début des années 1970, une « étude sur l'environnement de la Route de la Lavande », à l'origine du conseil départemental des Alpes-de-Haute-Provence, visait à mettre en place les conditions de l'aménagement touristique d'une route ou d'un itinéraire dans le respect de l'environnement. Mais, au cours des années 1980 et 1990, la lavande de Provence va connaître deux crises graves et une nouvelle offre touristique axée sur cette ressource va se mettre en place. Nous avons vu que l'année 1981 correspond à la mise en place du label AOC, Huile essentielle de lavande de Haute-Provence. En 1987, le conseil général des Alpes-de-Haute-Provence décide de créer une nouvelle route avec des possibilités d'extension vers Grasse ou vers les départements limitrophes. Cette route se matérialiserait par des relais d'information, des thèmes proposés par des conservatoires botaniques et des journées découvertes. Enfin, suite à la seconde crise au début des années 1990, est mis en place le Plan de Relance de la lavande, en 1994, décidé par l'Union Européenne et les conseils départementaux. Ce plan de relance, pensé et voulu pour sauver cette production, inclut un volet touristique dans lequel plusieurs itinéraires tournant autour de la lavande et du patrimoine provençal seraient créés. C'est ainsi que sont officiellement lancées les « Routes de la Lavande » en 1996, gérées par l'association du même nom, jusqu'en 2008. L'objectif de ces routes étant de remettre en valeur un produit typique local à travers le prisme du territoire.

4- La lavande, hybride entre produit culturel et produit touristique ? Zoom sur l'offre des « Routes »

Depuis 2008, c'est la Grande Traversée des Alpes qui a repris la gestion des Routes de la Lavande ; elle continue à développer l'image Provence, à travers six circuits proposés. Ces six circuits s'étendent du pays grassois jusqu'aux Préalpes d'Azur, de la Haute-Provence au Verdon, puis du Ventoux à la montagne de Lure, jusqu'au Luberon. Ces itinéraires ont pour dénominateur commun des visites de fermes, de distilleries, de lavanderaies, et proposent plusieurs activités liées à la lavande. Ces circuits sont à cheval sur 4 départements et 2 régions ; la stratégie de ces routes n'est pas uniquement de valoriser la lavande, mais de valoriser également le patrimoine provençal. Ainsi, le circuit « Ventoux, Lure et Luberon » permet d'admirer le Mont Ventoux et les vallées du Luberon, tandis que le circuit « Haute-Provence-Verdon » traverse le parc naturel des Gorges du Verdon et les petits villages emblématiques comme Moustiers-Sainte-Marie. Par ailleurs, cette opération touristique a favorisé l'essor de la vente directe d'huiles essentielles, ce qui n'était pas envisageable avant la naissance des routes, puisque ces produits étaient destinés à la parfumerie industrielle.

Source : Romain Monge- https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00783704/document

DOCUMENT 4

Quelle différence entre la lavande et le lavandin ?

Il existe quatre grands types de lavande dont fait partie le lavandin, un hybride très cultivé en raison de ses bons rendements.

• *Lavandula angustifolia*, c'est la véritable lavande. *L. angustifolia* pousse à l'état sauvage en montagne à 1 000 mètres d'altitude et plus. Utilisée en parfumerie et médicinale.

• *Lavandula latifolia* (ou lavande aspic, du fait des vipères qui se cachent dessous). C'est une grande lavande plus camphrée, elle pousse en garrigues méditerranéennes sèches à basse altitude. Elle est utilisée en parfumerie ainsi que pour la production d'huiles essentielles.

• Le lavandin qui est un hybride (*latifolia* X *officinalis*), est stérile et se multiplie uniquement par bouturage. Il est également utilisé en parfumerie et huiles essentielles. Il est très cultivé, car il donne de bons rendements. On le reconnaît à ses épis fournis et réguliers (contrairement aux lavandes).

• *Lavandula stœchas* (lavande des Maures, massif situé dans le département du Var), pousse en maquis dans les sols acides ou siliceux. Elle sert à produire des huiles essentielles, et comme plante ornementale.

Société Nationale d'Horticulture de France Mis à jour le 27/06/2016 à 16:55 Publié le 23/08/2015 à 19:15 - http://www.lefigaro.fr/jardin/questions-reponses

DOCUMENT 5

Les 2 PNR sur lesquels passe le circuit de la lavande

Le parc naturel régional (PNR) du Verdon s'étend sur 188 000 hectares dans les départements des Alpes-de-Haute-Provence et du Var. Le parc regroupe environ 30 000 habitants et les plus grandes communes ne dépassent guère les 3 000 habitants (Valensole : 2 600 habitants, Gréoux-les-Bains : 2 455, Aups : 1 903, Castellane : 1 500...). Le parc se compose de 46 communes, 27 dans le département des Alpes-de-Haute-Provence et 19 dans le département du Var.

La transformation de l'économie locale vers une activité touristique dominante oriente l'action du Parc pour recomposer les équilibres du territoire. Dans ce mouvement, le tourisme doit être un levier permettant de valoriser les ressources et savoir-faire locaux en favorisant la mise en réseau des professionnels, et en construisant une offre respectueuse de l'environnement et des cadres de vie.

Pour mener à bien ces objectifs, le Parc du Verdon, comme les autres parcs de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (et comme le Parc du Luberon), a rejoint le réseau européen des espaces protégés en adhérant à la Charte européenne du tourisme durable. Dans la continuité de cette adhésion, les 5 parcs de la région ont lancé en 2012 une démarche d'accompagnement des professionnels volontaires permettant leur progression vers les valeurs du tourisme durable.

Le parc mène depuis sa création des actions en faveur du patrimoine et de la culture. Les premières actions ont démarré avec un travail sur le patrimoine bâti.

Le parc naturel régional du Verdon s'intéresse aux cultures locales du Verdon, aux patrimoines qui font de ce territoire un lieu exceptionnel. Le parc a mis en place un schéma de valorisation et d'interprétation des patrimoines du Verdon. Il s'agit de mettre en avant des thématiques patrimoniales sur lesquels sont développées des actions de recherche et de valorisation.

Le PNR du Luberon

Le parc s'étend sur deux départements, le Vaucluse (84) et les Alpes-de-Haute-Provence (04). Il s'étend sur quatre-vingt-cinq communes. Il a une superficie de 185 145 hectares et s'étend de Cavaillon à l'ouest jusqu'à la limite du parc naturel régional du Verdon à l'est.

Le PNR est constitué du territoire des communes ayant délibéré pour approuver la charte du parc et adhérer au syndicat mixte de gestion. Elles sont au nombre de soixante-dix-sept. Agriculture et élevage (fruits, légumes, vins, mouton, lavande), agro-alimentaire (confiserie, conditionnement, expédition), tourisme, immobilier et construction sont les principales activités que l'on retrouve sur les communes du territoire.

Hormis l'agriculture, l'économie la plus facilement identifiable autour du massif du Luberon est liée au tourisme. Même les producteurs viticoles semblent tenir compte du développement du tourisme et de plus en plus de domaines proposent, en plus de la traditionnelle dégustation, de véritables cours d'initiation à l'œnologie. Le parc du Luberon lui-même devient objet commercial (par exemple avec la « maison du parc » à Apt ou la création de labels).

On peut considérer trois principales sortes de tourisme en Luberon. Tout d'abord, le tourisme historique et culturel qui s'appuie sur un patrimoine riche des villages perchés ou sur des festivals. Ensuite, le tourisme détente qui se traduit par un important développement des chambres d'hôtes, de l'hôtellerie et de la location saisonnière, par une concentration importante de piscines et par des animations comme des marchés provençaux. Enfin, le tourisme vert qui profite des nombreux chemins de randonnées et du cadre protégé qu'offrent le Luberon et ses environs.

DOCUMENT 5 (suite)

Extrait de la charte 2014-2021 du PNR du Lubéron

Le parc poursuivra sa politique de notoriété du territoire visant à conforter une image forte et clairement identifiable, maintenant reconnue, autour d'actions en faveur d'un environnement et d'un cadre de vie de qualité, d'un tourisme diffus, de petites unités, basé sur la découverte du patrimoine (nature - culture - paysages) et bien intégré à la vie et à l'économie locales.

Les moyens utilisés jusqu'alors (cartes, guides, articles de revues, topoguides, etc.) sont développés en renforçant la communication par Internet, en veillant à toujours présenter l'ensemble du territoire dans sa diversité, en mettant l'accent sur la richesse et la fragilité de son patrimoine et de son cadre de vie. Le parc poursuit sa coopération avec les opérateurs institutionnels du tourisme, en les appuyant dans leurs missions de promotion et d'information, et soutiendra les groupements professionnels qui seront porteurs d'un message « Parc ».

Le parc peut être amené à s'engager temporairement dans la création d'équipements intercommunaux en attente d'une structure propre de gestion, notamment pour coordonner la création et l'entretien de sentiers de randonnée et d'itinéraires cyclo-touristiques qui doivent encore faire l'objet d'amélioration de leur qualité, et de promotions adaptées.

Dans ce domaine, « coller » l'image de la pratique du vélo à celle du Luberon passe par l'appui au développement de l'usage du vélo dans la vie quotidienne en Luberon.

Source : https://fr.wikipedia.org/, http://parcduverdon.fr/ et http://parcduluberon.fr/

DOCUMENT 6

La pratique des touristes sur la route de la lavande

Extrait du bilan d'activité 2015

Cette étude a été réalisée grâce aux moyens suivants : un sondage (253 réponses) a été mis en ligne de mai à octobre 2015 sur le site internet de la GTA, ainsi que sur la page Facebook des Routes de la Lavande et des partenaires tels que l'Agence Touristique des Alpes.

1- De même qu'en 2014, la clientèle des « Routes de la Lavande » est majoritairement composée de couples, ceux-ci représentant quasiment 3 groupes de voyageurs sur 5. Les familles et les groupes d'amis se positionnent une nouvelle fois en 2ème et 3ème place.

2- Les 2/3 de la clientèle « Routes de la Lavande » sont constitués de personnes de plus de 45 ans. Un tiers de la fréquentation est ainsi représenté par les 35-44 ans (17 %) et les 25-34 ans (15 %). En moyenne, la clientèle est âgée de 46 ans.

3- Si les résultats de l'enquête clientèle confirment ceux récoltés durant la saison 2014, avec une clientèle étrangère qui représente plus de 50 % de la fréquentation, un autre élément remarquable concerne la diversité des pays représentés. Le top 3 est identique à l'année précédente, avec des proportions similaires pour chacun des pays que sont la France (48,7 %), l'Italie (22,7 %) et la Belgique (9,7 %) et viennent ensuite de nombreux pays. Selon l'enquête auprès des professionnels, la proportion de la clientèle étrangère semble effectivement légèrement prédominante par rapport à la clientèle française, avec la venue de nombreux étrangers qui viennent voir la lavande. En particulier, les italiens, les allemands, les américains, les chinois et de façon générale les asiatiques.

4- La motivation principale de la clientèle est bel et bien de voir tout ce qui touche à la lavande. Les paysages, les villages typiques et le patrimoine sont cités, comme en 2014, en seconde et troisième position. La visite du patrimoine naturel représente l'activité la plus pratiquée par la clientèle avec 83 % des répondants qui la citent. La découverte de la gastronomie est ensuite citée par 53 % d'entre eux, et la visite d'exploitation ou d'entreprise en lien avec la lavande par 36 % des répondants. Parmi les activités sportives réalisées par la clientèle « Routes de la Lavande », la balade et la randonnée sont citées par 75 % des répondants, la baignade par 50 % d'entre eux et le vélo, VTT, VAE(1), par 47 %.

5- Selon l'enquête clientèle, les 4/5èmes des visiteurs des « Routes de la Lavande » viennent de mi-juin à mi-août, pendant la période de floraison de la lavande. Les professionnels indiquent que la clientèle est désormais mieux informée sur la lavande et sa période de floraison et donc moins sujette aux mauvaises surprises d'un voyage déconnecté par rapport à la saison de floraison. Dans certains secteurs, la floraison de la lavande étant plus avancée, la fréquentation est plus forte au mois de juin.

6- 24 % de la clientèle « Routes de la Lavande » voyage en itinérance tandis que 71 % réside dans un lieu unique d'hébergement et 6 % est en excursion. La clientèle itinérante, soit ¼ de la clientèle « Routes de la Lavande », occupe désormais une place importante que nous pouvons encore développer avec la valorisation des idées séjours et une offre à destination des clientèles à vélo.

7- De la même manière qu'en 2014, les touristes qui sillonnent les « Routes de la Lavande » ont davantage tendance à venir pour un long week-end ou une semaine.

8- La source d'informations principale de la clientèle est le site internet des « Routes de la Lavande ». Comme en 2014, celui-ci occupe une place prépondérante avec 46 % de réponses (+ 5,3 %). Le bouche-à-oreilles qui était peu cité auparavant (6 %) prend aujourd'hui la seconde position (15 %). Les autres vecteurs d'informations, tels que les sites internet des partenaires, le livret Routes de la Lavande, les réseaux sociaux, connaissent un résultat stable par rapport à l'année précédente, tandis que l'impact des guides touristiques et des offices de tourisme est en perte de vitesse (respectivement - 5,4 % et - 2,9 %).

(1) Vélo à assistance électrique

Source : http://pro.moveyouralps.com/wp-content/uploads/2016/06/RLL_Eval_15.pdf

DOCUMENT 7

ROUTE DES VINS, entre Châtenois et Bergheim

Vous avez dit « slow up » ?

Dimanche 2 juin, pour célébrer le 60ème anniversaire de la Route des vins d'Alsace, sept communes situées au pied du Haut-Koenigsbourg invitent à une journée festive et gourmande pas comme les autres. Ce premier « Slow up » alsacien déroulera un parcours de 20 km réservé exclusivement aux piétons, cyclistes et rollers.
Prenez plusieurs kilomètres de routes dans une contrée attrayante, fermez-les à toute circulation motorisée et prévoyez un programme d'activités diverses le long du parcours : cela donne une manifestation festive originale dont le concept, baptisé « Slow up », connait un succès grandissant en Suisse depuis treize ans. « Ce nom artificiel est la contraction de « Slow down/pleasure up », c'est-à-dire diminuez l'allure et augmentez le plaisir. Il fallait une dénomination unique qui soit parlante dans toutes les régions linguistiques de notre pays », explique Christian Friker, responsable de la direction nationale des Slow up à Olten.
La formule, qui s'inspire d'un événement organisé dans le Palatinat, est née en 2000 autour du lac de Morat, près de Fribourg. Aujourd'hui, de fin avril à fin septembre, dix-huit Slow up, dont celui de Bâle-Dreiland, lancé en 2007, ont lieu chaque année à travers la confédération. Ils rassemblent plus de 400 000 personnes au total.

« Un zeste de modernité »

Ce concept, devenu dans l'intervalle une marque protégée, s'exporte cette année pour la première fois hors des frontières helvétiques. C'est en Alsace, dimanche 2 juin, sur un parcours de 20 km reliant sept villages de la Route des Vins, également membres de l'association des communes touristiques du Haut-Koenigsbourg, qu'il va connaître son baptême du feu hexagonal.
Voilà près d'un an que les agences de développement touristique (ADT) du Bas-Rhin et de Haute-Alsace ont eu l'idée de transposer l'événement entre Rhin et Vosges où il marquera le lancement des festivités célébrant en 2013 le 60ème anniversaire de la Route des Vins d'Alsace. « Cela donnera un zeste de modernité à un produit déjà ancien. On va néanmoins prier pour avoir le soleil », remarque Pierre Jochem, directeur-adjoint de l'ADT 68. « Nous posons ainsi collectivement de nouveaux jalons pour demain. Avec nos partenaires économiques, nous voulons rester la première route touristique de France », a complété Rémi Bertrand, vice-président du conseil général du Bas-Rhin.

Trois boucles à parcourir en sens unique

Après avoir acheté le nom, les droits d'utilisation du concept et une prestation d'accompagnement aux instances suisses (15 000 euros), l'ADT 67, qui pilote l'opération, s'est attelé à sa préparation sur le terrain avec les municipalités concernées, les associations locales, les professionnels et les offices de tourisme.
Concrètement, ce premier slow up alsacien invitera le grand public à découvrir librement sept communes viticoles, leur territoire et leurs produits locaux, le tout dans une ambiance festive et au fil de trois boucles (8, 12 et 20 km) à parcourir exclusivement à pied, à vélo ou en rollers.
Les participants emprunteront la nouvelle véloroute du vignoble, dont le balisage est en voie d'achèvement, et la route départementale reliant Bergheim à Chatenois, qui sera fermée à la circulation ce jour-là entre 10 et 18 heures. « Pour préserver l'environnement et garantir la convivialité, le parcours se fera toujours dans le même sens, à l'inverse des aiguilles d'une montre », souligne Marc Lévy, directeur de l'ADT 67.

DOCUMENT 7 (suite)

Un programme d'animations dans chaque commune traversée

Dans chaque commune traversée, les viticulteurs et les restaurateurs ouvriront leurs portes. Outre les deux « villages d'accueil », installés aux deux extrémités du parcours et animés par les structures institutionnelles, chaque commune traversée a concocté un programme mêlant animations, musique, buvette et petite restauration. « On invite le public à s'habiller de blanc. C'est un clin d'œil aux grands crus d'Alsace », ajoutent les organisateurs.
Le financement de ce premier slow up alsacien est assuré par les deux ADT, les conseils généraux du Bas et du Haut-Rhin et des crédits européens. L'opération est également soutenue par le Conseil interprofessionnel des vins d'Alsace (CIVA).
Pour la communication, il bénéficie notamment du soutien du Comité régional du tourisme qui vient également d'investir dans une nouvelle campagne d'affichage à Paris et à Lyon en attendant un spot télévisé national dont la diffusion doit démarrer le 20 mai. En cas de succès, le slow up alsacien a vocation, assure-t-on, « à devenir pérenne ».

XAVIER THIERY

Source : Dernières Nouvelles d'Alsace du 15 mai 2013

Information sur le « Slow up » :
Slow up d'Alsace : dimanche 2 juin entre Châtenois et Bergheim. Accès libre et gratuit de 10h à 18h. Navette bus gratuite entre la gare de Sélestat et Châtenois. Deux trains spéciaux Strasbourg-Sélestat et Bâle-Sélestat. Location de vélos en gare de Sélestat, à Châtenois et à Bergheim. Plus d'infos : www.tourisme-alsace.com

[…]

Source : Dernières Nouvelles d'Alsace du 15 mai 2013

DOCUMENT 8

La route de la lavande, circuit Forcalquier-Castellane

Difficulté globale 3/4	**Durée à vélo** 8h00 **Durée en voiture** 4h00 **Durée à moto** 4h00
Départ Forcalquier **Arrivée** Castellane	**Distance** 185 km **Dénivelé +** 1913 m **Dénivelé -** 1717 m

Feuille de route

Entre la Vallée de la Durance et le plateau de Valensole, cette partie de l'itinéraire fait la part belle aux paysages ouverts et aux emblèmes de la Haute-Provence. Depuis Forcalquier, le tracé descend rapidement vers la Brillane et traverse la Durance vers Oraison. Il emprunte ensuite une petite route pittoresque en rive gauche pour rejoindre Manosque, où l'on pourra passer un peu de temps sur les traces de Giono... Une petite grimpette ensuite pour rejoindre le plateau de Valensole, véritable image d'Épinal de la lavande et de la Provence avec ses immenses étendues de lavandin... La suite du tronçon vous emmène vers Puimoisson au cœur des champs vêtus de bleu... Depuis les plus hautes terres du plateau de Valensole, nous vous proposons de descendre vers la vallée de l'Asse et de la remonter vers Mezel. Puis, on longe le chemin de fer de Haute-Provence (aussi appelé train des Pignes) pour croiser les premiers champs de lavande du pays dignois. Arrivés dans la vallée de la Bléone, à Aiglun, nous vous proposons une escapade sur le versant sud du massif des Monges, vers le secteur de Thoard où un producteur vous attend pour vous faire découvrir sa production de lavande biologique. Puis la descente vers Digne se fait par le pas de Bonnet avant la traversée des faubourgs de l'ancienne capitale de la Lavande, où l'on pourra déguster chocolats et biscuits à base de produits locaux. La ville fête toujours sa plante emblématique deux fois par an, d'abord avec un grand corso, puis avec une foire de grande renommée. Une variante est possible par Entrevennes et Puimichel pour rejoindre Aiglun. L'itinéraire suit la Route Napoléon jusqu'à Barrême, et son imposante distillerie, dont la cheminée en briques, aujourd'hui désaffectée, pourrait reprendre prochainement du service. Depuis Barrême, la route emprunte la Nationale 202 vers Saint-André-les-Alpes, porte du Haut-Verdon et haut lieu de la production de lavande fine, ce qu'un petit crochet par La Mure-Argens illustrera parfaitement.
La route se poursuit en longeant les rives du lac de Castillon pour rejoindre Castellane et sa savonnerie. De là, vous pourrez profiter des charmes des célèbres Gorges du Verdon, ou bien poursuivre votre route jusqu'à Grasse, vers les origines de la culture de la lavande en Provence.

DOCUMENT 8 (suite)

Liste des partenaires présents sur ce circuit :

Chambre d'hôte aux délices du Verdon à Castellane, 2 épis.	Camping domaine du Verdon à Castellane, 4 étoiles.	Gîte d'étape et de séjour l'Oustaou à Castellane, 2 épis.
Camping indigo gorges du Verdon à Castellane, 4 étoiles.	Camping du Bourg à Dignes-les-Bains, 2 étoiles.	Hôtel et pension villa Gaia à Dignes-les-Bains, 3 étoiles.
Gite d'étape et de séjour du château des Sieyes à Dignes-les-Bains, 2épis.	Hôtel Charembeau à Forcalquier, 3 étoiles.	Camping indigo Forcalquier à Forcalquier, 3 étoiles.
Hôtel restaurant la villa Borghese à Gréoux-les-Bains, étoiles	Gîte de séjour le clair logis à Saint-André-les-Alpes, 3 épis.	Chambre d'hôte les grandes aires à Valensole, 3 épis.
Musée de la distillerie de Barrême. Usine de distillation de lavande.	Savonnerie la tour de guet à Castellane, savonnerie artisanale.	Chocolaterie biscuiterie la boîte à biscuits à Champtercier. Spécialités à base de lavande.
Jardin des cordeliers à Digne-les-Bains. Jardin sensoriel et médicinal.	Thermes de Digne-les-Bains.	Rando accompagnée en pays dignois à Digne-les-Bains.
Musée de la lavande à Digne-les-Bains.	Location de bateaux électriques à Esparron de Verdon.	L'atelier du parfumeur à Forcalquier.
La découverte des plantes de Haute Provence à Forcalquier.	Rando branchée et traversée du lac d'Esparron de Verdon à Gréoux-les-Bains.	Soirée branchée st julien plage Gréoux-les-Bains. Découverte des Basses Gorges du Verdon.
Exposition « femme lavande » à Gréoux-les-Bains, château des templiers.	L'occitane, visite d'usine, musée et boutique à Manosque.	Retraite et spiritualité avec les sœurs coopératrices à Valensole.
Distillerie familiale de lavande terraroma à Valensole.	Distillerie Grandian père et fils à Valensole. Exploitation traditionnelle de lavande et lavandin.	Lavande Angelvin distillerie et boutique à Valensole.
Musée lavande à Valensole.	Bachelas cycle Forcalquier.	Bachelas location vélo Gréoux-les-Bains.
Bachelas bike shop Gréoux-les-Bains.	Bachelas cycle à Manosque.	New cycle Manosque.
Bachelas bike shop Manosque.	Lothantique boutique à Peyruis. Parfums de lavande.	Boutique décor jardin huile essentielle à Volx.
OT Castellane.	OT Digne-les-Bains.	OT Forcalquier.
OT Gréoux-les-Bains.	OT Manosque.	OT Moustiers.
OT Oraison.	OT Riez.	OT Saint-André-les-Alpes.
OT Valensole.		

NB : Ces partenaires ne se connaissent pas, car la labellisation d'acteurs de la route se fait par respect d'une charte mise en place par GTA, mais ensuite ces acteurs n'ont pas l'occasion de se rencontrer et donc de mieux se connaître.

Source : http://home.moveyouralps.com/, site de l'association GTA, Document modifié pour les besoins de l'épreuve