

Guide Qualité de la Via Alpina



Réalisation

Ce guide a été réalisé par le Groupe Qualité de la Via Alpina :

Membres du groupe :

- André Gondolo, Tourisme et environnement (en collaboration avec Actifh consultancy), La-Colle-sur-Loup, France.
- Georg Kessler, GEOKES, Bureau de géographie et de tourisme, Klaus, Autriche
- Willy Ziltener, twz Tourismus Werkstatt Ziltener, Lenzerheide, Suisse
- Jean Tonelli, Groupe Expression, Monaco
- Pier Giorgio Oliveti, journaliste et consultant tourisme, Orvieto, Italie.

Coordinateur du groupe : Gilles Chappaz, Association Grande Traversée des Alpes GTA, Grenoble, France.

Supervision : Comité international de pilotage de la Via Alpina et secrétariats nationaux.

Edition : André Gondolo, Gilles Chappaz, Nathalie Morelle.

Traduction : Antoine Basso.

Mise en page : Nathalie Morelle, Olivia Mazué.

Photographies de couverture : Nathalie Morelle, Deutscher Alpenverein, Regione Lombardia.

Ce document est également disponible en anglais, allemand, italien et slovène.

© Via Alpina (c/o GTA), Grenoble, décembre 2004.

<http://www.via-alpina.org>

info@via-alpina.org

Ce guide a été réalisé dans le cadre du projet Via Alpina (Phase 1 : 2001-2004), co-financé par l'Union européenne (Fonds européen de développement régional) et par les huit pays alpins dans le cadre de l'initiative communautaire Interreg IIIB Espace Alpin (www.alpinespace.org).

Sommaire

INTRODUCTION.....	3
I. STRATEGIE QUALITE.....	4
<i>Définition de la trame de la Stratégie Qualité</i>	
A. L'« esprit » de la Via Alpina	5
1. La Via Alpina.....	5
2. La philosophie de l'itinéraire	5
3. L'esprit de la Via Alpina.....	6
B. La Stratégie Qualité de la Via Alpina	6
1. Les objectifs de la Stratégie Qualité	6
2. Les clefs de la réussite pour un itinéraire de randonnée	6
3. Définition et élaboration de la Stratégie Qualité.....	7
C. Définition des objectifs Qualité.....	9
1. Itinéraires.....	9
2. Services.....	9
3. Marketing	10
4. Gestion de projet.....	10
II. MANUEL QUALITE	12
<i>Définition des standards pour la mise en œuvre de la Stratégie Qualité</i>	
A. Itinéraires	13
B. Services	16
1. Hébergement.....	16
2. Restauration	18
3. Services sur chaque territoire	20
C. Marketing.....	22
D. Gestion de projet	27
E. Outils et méthodes.....	30
1. Pour mesurer la qualité.....	30
2. Pour améliorer la qualité	31
3. Pour garantir la qualité	31
F. Marche à suivre	31
1. Etapes stratégiques	31
2. Stade opérationnel	32
III. BONNES PRATIQUES	35
<i>Exemples d'initiatives qualité</i>	
A. Autriche.....	37
B. France	43
C. Allemagne.....	48
D. Italie.....	52
E. Monaco.....	60

F. Suisse.....62

IV. REFERENCES 65

Définitions, outils, informations nationales et adresses

A. Définitions.....66

- 1. Qualité66
- 2. Stratégie Qualité66
- 3. La chaîne de services touristiques66
- 4. Segments du marché touristique.....67

B. Outils.....67

- 1. Outils de mesure de la qualité67
- 2. Outils d'amélioration de la qualité68
- 3. Outils de garantie de la qualité69

C. Information nationale.....69

- 1. Autriche et Allemagne.....69
- 2. France.....72
- 3. Italie75

D. Adresses78

- 1. Autriche.....78
- 2. France.....83
- 3. Allemagne88
- 4. Italie90
- 5. Liechtenstein94
- 6. Monaco94
- 7. Suisse95

INTRODUCTION

La Via Alpina a vu le jour en 2000 en tant que première initiative commune des organismes responsables de la promotion du tourisme de randonnée dans les Alpes des huit pays alpins. Ses objectifs sont :

- Contribuer au développement économique de zones de montagne isolées en renforçant la promotion et le marketing d'un tourisme durable basé sur la randonnée ;
- Renforcer la connaissance mutuelle des habitants des huit pays alpins, qu'il s'agisse du public ou des acteurs du développement ;
- Accroître la sensibilité du public au patrimoine naturel et culturel des Alpes et aux enjeux de sa conservation.

Le réseau créé par les cinq sentiers de grande randonnée de la Via Alpina ont donc vocation à devenir :

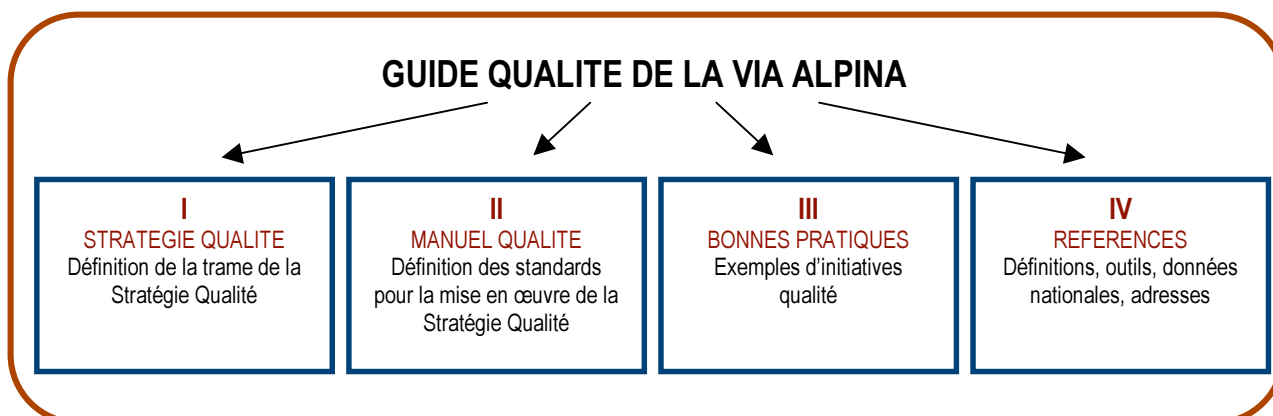
- Un portail pour encourager la découverte du patrimoine naturel et culturel ;
- Un produit touristique servant comme outil de développement local ;
- Une plate-forme pour l'échange d'informations techniques au niveau international ;
- Un symbole de l'identité alpine et une vitrine de sa diversité.

En parallèle à l'établissement des cinq itinéraires choisis (introduction d'une signalétique spécifique, élaboration d'une base de données descriptive, création d'outils communicationnels de base), les partenaires ont mis en place en 2003 un groupe de travail international pour l'amélioration de la qualité.

En effet, la Via Alpina ne peut atteindre ses objectifs que si l'offre touristique assure des normes élevées en terme de qualité. La mission première du Groupe Qualité, composé de cinq experts désignés par les différents pays et coordonné par le chef de file, la Grande Traversée des Alpes, a été de comparer et de combiner les stratégies et les démarches sur la qualité dans les divers maillons de la chaîne touristique, dans les huit pays alpins. Sur cette base et en intégrant les objectifs spécifiques de la Via Alpina, les membres du groupes ont défini la **Stratégie Qualité** que les organisations partenaires de la Via Alpina dans le domaine du développement touristique devront suivre. Ils ont élaboré un **Manuel Qualité**, énumérant les « normes » (ou lignes directrices) de référence pour chaque objectif stratégique qui permettent l'évaluation, l'amélioration et la garantie de la qualité. Un catalogue de **Bonnes pratiques** donne des exemples concrets d'initiatives répondant à la Stratégie Qualité de la Via Alpina. Enfin, des **annexes de référence** détaillées donnent un aperçu de l'organisation du tourisme de randonnée dans chaque pays alpin, reprenant les coordonnées des organismes responsables.

Le Guide Qualité de la Via Alpina vise à être un outil pratique pour la mise en place de la Stratégie Qualité à tous les niveaux d'intervention. Un travail complémentaire est bien sûr nécessaire afin d'identifier les plus importantes mesures à prendre dans chaque région et afin d'intégrer les recommandations du Guide dans les activités de développement local. Chaque région a ses spécificités, c'est de là que les Alpes puisent toute leur richesse. Avec la Via Alpina, les territoires voisins se présentent ensemble aux visiteurs du monde entier. La qualité est un processus dynamique et les auteurs espèrent que la Stratégie continuera de bénéficier de l'apport et des développements de chaque vallée des Alpes, afin que chaque acteur local puisse récolter les fruits du partage d'une expérience internationale.

[Vue d'ensemble des contenus du Guide Qualité :](#)



I. STRATEGIE QUALITE

Définition de la trame de la Stratégie Qualité

A. L'« ESPRIT » DE LA VIA ALPINA

1. La Via Alpina

Les Alpes sont un espace unique d'environ 200 000 km² qui s'étend sur huit pays européens : l'Autriche, l'Italie, la France, la Suisse, l'Allemagne, la Slovénie, le Liechtenstein et la Principauté de Monaco. C'est l'une des premières destinations touristiques au monde.

C'est un territoire qui offre un intérêt historique et culturel. Ses visiteurs peuvent découvrir l'identité alpine à travers un important réseau d'itinéraires locaux, régionaux et nationaux, destinés aux randonneurs de tous les niveaux.

Sur l'initiative du partenariat français public-privé *La Grande Traversée des Alpes*, des institutions, des associations et des organisations professionnelles concernées par le tourisme de randonnée dans ces huit pays travaillent depuis l'an 2000 à la mise en place de la Via Alpina. La Via Alpina est le premier itinéraire de randonnée reconnu à joindre Trieste à Monaco par cinq mille kilomètres de sentiers à travers tout l'arc alpin.

2. La philosophie de l'itinéraire

Les tracés de la Via Alpina ont été choisis parmi des itinéraires déjà existants en fonction des critères suivants :

- **Un itinéraire international :**
 - Traverser les huit pays alpins d'un littoral à l'autre, en respectant approximativement leur proportion du territoire alpin ;
 - Plus de 60 franchissements de frontières ;
 - Deux extrémités internationalement connues ;
 - Les cinq itinéraires sont internationaux.
- **Un itinéraire avec une forte identité alpine :**
 - Traversée de la plupart des massifs alpins, tant sur la chaîne principale que sur les Préalpes ;
 - Passage à proximité des sites et des sommets alpins les plus célèbres.
- **Un tracé accessible :**
 - Des itinéraires de montagne bien balisés ;
- Une difficulté modérée, sans ascension technique ou glaciaire ;
- Des longueurs d'étapes et des dénivelées modérées ;
- Une signalétique de rappel Via Alpina discrète ;
- Une longueur gérable (341 étapes, correspondant à une année ou cinq étés de marche) ;
- Des liaisons avec les principaux sentiers de grande randonnée régionaux, nationaux et européens.
- **Des services cohérents :**
 - Hébergement et restauration tous les soirs ;
 - Commerces et services à intervalles réguliers ;
 - Fréquentes liaisons avec les transports publics ;
 - Choix de nombreuses randonnées accompagnées sur des thèmes variés ;
 - Services de réservation centralisés à différentes échelles territoriales ;
 - Information technique, pratique, environnementale et culturelle régulièrement mise à jour.
- **Un environnement naturel exceptionnel et traité avec respect :**
 - Une randonnée à travers la biodiversité des différents massifs alpins et des différents étages d'altitude (de 0 à 3 000 m.) ;
 - Passage par plus de 40 parcs et réserves naturelles ;
 - Programmes de sensibilisation ;
 - Les zones trop fréquentées et les sanctuaires sont évitées ;
 - Pas de nouvelles infrastructures lourdes.
- **Un tracé pour découvrir la culture alpine :**
 - De nombreux tronçons passent par des paysages culturels habités ;
 - Sites historiques, musées, patrimoine, architecture ;
 - Festivals et événements.
- **Une contribution au développement local :**
 - 30 régions administratives des Alpes et environ 200 communes sont concernées ;

- Promotion de l'utilisation de l'infrastructure et des services existants ;
- Stimulation du développement de services complémentaires de haute qualité ;
- Via Alpina est un portail médiatique efficace vers le réseau des sentiers européens, nationaux, régionaux et locaux.

3. L'esprit de la Via Alpina

Quatre points peuvent être considérés comme les valeurs directrices, l'« esprit » de la Via Alpina :

- Randonner le long de la Via Alpina est **une immersion dans le monde unique et varié des Alpes**. Son attrait principal est la promesse de la découverte de la diversité de ce monde : huit pays, des paysages magnifiques, le patrimoine local, des cultures variées, des femmes et des hommes différents vivant dans les montagnes, avec un mode de vie particulier. Les régions alpines ont tous ces éléments en commun mais conservent en même temps chacune leur propre identité.
- La Via Alpina est **un moyen de découvrir de nouveaux lieux tout en marchant**. Ce réseau de sentiers de randonnée est conçu de manière à satisfaire différents types de randonneurs (les sportifs, les familles, les aventuriers et même les touristes traditionnels...). En ce qui concerne les niveaux de difficulté, les randonneurs suivent des itinéraires bien balisés, bien entretenus et ne présentant pas de difficultés techniques particulières. De plus, il est toujours possible de

passer une nuit réparatrice dans un village proposant divers types d'hébergements ou, lorsqu'on se trouve à haute altitude dans un refuge de montagne.

- La Via Alpina est non seulement un itinéraire de randonnée, mais aussi un symbole fort. La Via Alpina est **un lien entre tous les pays de la chaîne alpine**. Elle unit tous ceux et celles vivant dans les Alpes et donne une représentation très visible du massif en tant que région européenne avec une identité caractéristique.
- La Via Alpina est également **une contribution au développement durable**. Une des missions de la Via Alpina est d'être une application concrète de la Convention alpine en contribuant au développement du tourisme durable des régions autour de l'itinéraire. Elle pourrait aussi servir de base à une réflexion internationale sur l'intégration des processus durables du tourisme de montagne dans les Alpes (comme l'éducation du public, le recours aux pratiques environnementales, la promotion des transports publics et le maintien de l'exploitation traditionnelle des sols, etc.).

La Via Alpina est :

- *Une immersion dans le monde unique et varié des Alpes ;*
- *Un moyen de découvrir de nouveaux lieux tout en marchant ;*
- *Un lien entre tous les pays de la chaîne alpine ;*
- *Une contribution au développement durable.*

B. LA STRATEGIE QUALITE DE LA VIA ALPINA

1. Les objectifs de la Stratégie Qualité

- **Promouvoir et créer des exemples de bonnes pratiques de qualité dans l'ensemble de la chaîne alpine.**
- **Accroître les bénéfices économiques créés par la Via Alpina dans les montagnes, tout en respectant les attentes des générations futures (développement durable).**
- **Être un catalyseur pour le développement d'un tourisme durable de haute qualité.**

2. Les clefs de la réussite pour un itinéraire de randonnée

D'après de nombreuses conclusions sur le succès rencontré par différents sentiers de grande randonnée, les clefs de la réussite sont :

- **Un tracé avec une identité forte**, en pleine nature, avec des paysages magnifiques et des rencontres avec les habitants.
- **Un itinéraire conçu pour le randonneur** et dont les difficultés répondent à ses capacités : un itinéraire bien entretenu et avec une signalétique fiable. Hébergement, restauration et autres services sont adaptés aux attentes du randonneur (ainsi que les possibilités de transport au départ à l'arrivée de chaque section).

- **Une politique marketing efficace** adaptée aux principales cibles comprenant :
 - Un produit adapté aux cibles principales ;
 - Une politique de vente et de réservation bien structurée ;
 - Des processus d'information bien conçus avant, pendant et après le séjour du client ;
 - Et, avant tout, un processus de communication bien défini et essentiellement basé sur les relations avec les médias.
- **Une gestion comprenant :**
 - Une gestion de projet efficace ;
 - Des indicateurs pertinents du niveau de qualité ;
 - Un bon niveau d'engagement local (politiques, organismes publics, professionnels du tourisme, de la culture et de l'histoire, organisations sportives et de randonnée, etc.).

Les clefs de la réussite pour les itinéraires de randonnées sont :

- **Un tracé avec une identité forte et une véritable immersion dans la nature ;**
- **Des itinéraires et des services adaptés aux besoins des cibles principales ;**
- **Une politique marketing efficace ;**
- **Une gestion de projet professionnelle.**

Les recommandations sur la gestion de projet constituent un aspect transversal de la Stratégie Qualité et prennent en compte la taille du projet, les moyens disponibles pour la Structure Via Alpina et la dimension de durabilité.

Par « Structure Via Alpina » nous entendons tous les acteurs qui contribuent directement au développement de la Via Alpina. Ceci comprend l'actuel Comité international de pilotage, mais aussi d'autres organisations concrètement impliquées au niveau local.

L'application de certains des critères de qualité requiert la division de l'itinéraire en « sections de la Via Alpina ». Celles-ci correspondent à une série d'étapes qui forment un tout « logique » en termes de gestion et de promotion. Il s'agit généralement de 2 à 5 étapes journalières consécutives permettant de traverser une vallée ou un massif donnés. Ces sections doivent être définies au cas par cas par l'expérience, en relation directe avec les acteurs locaux qui seront impliqués dans la gestion future du projet (voir chapitre « Gestion du projet »). Ne pas confondre avec les sections locales des associations de randonnée !

3. Définition et élaboration de la Stratégie Qualité

La démarche Qualité :

- Est basée sur l'établissement de trois stratégies qualité différentes pour :
 - Les itinéraires ;
 - Les services ;
 - Le marketing.
- Prend en compte le fait que certains aspects qualité sont spécifiques au projet Via Alpina et que d'autres concernent le tourisme de promenade et randonnée en général ;
- Inclut autant que possible les initiatives de qualité existantes ;
- Prend en considération d'une part les besoins des clients cibles (ceux d'aujourd'hui et de demain) et, de l'autre, les valeurs éthiques de la Via Alpina ;
- Entreprennent le plus souvent possible des mesures pour mesurer, améliorer et garantir la qualité.

Diagramme général de la démarche :

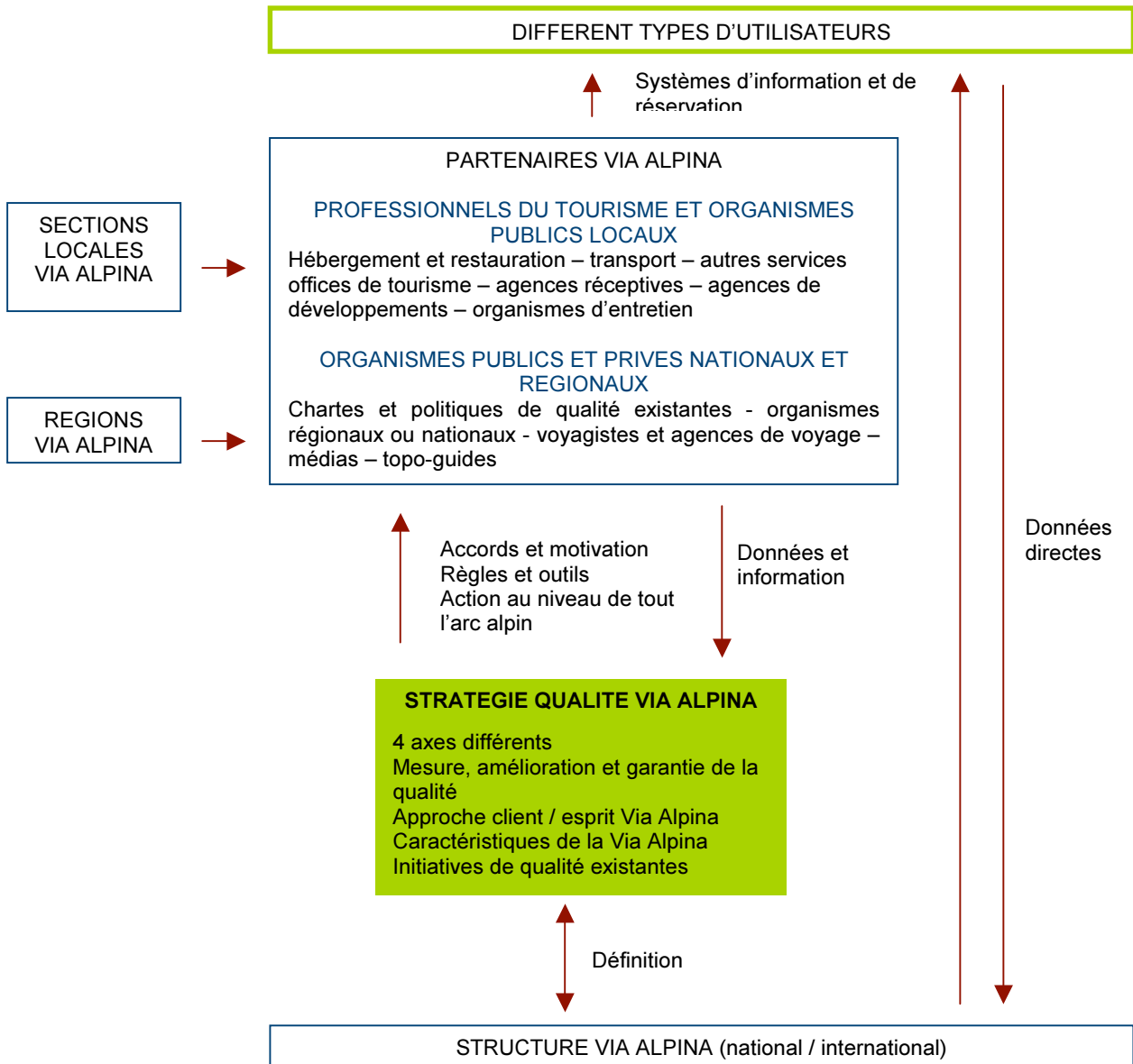
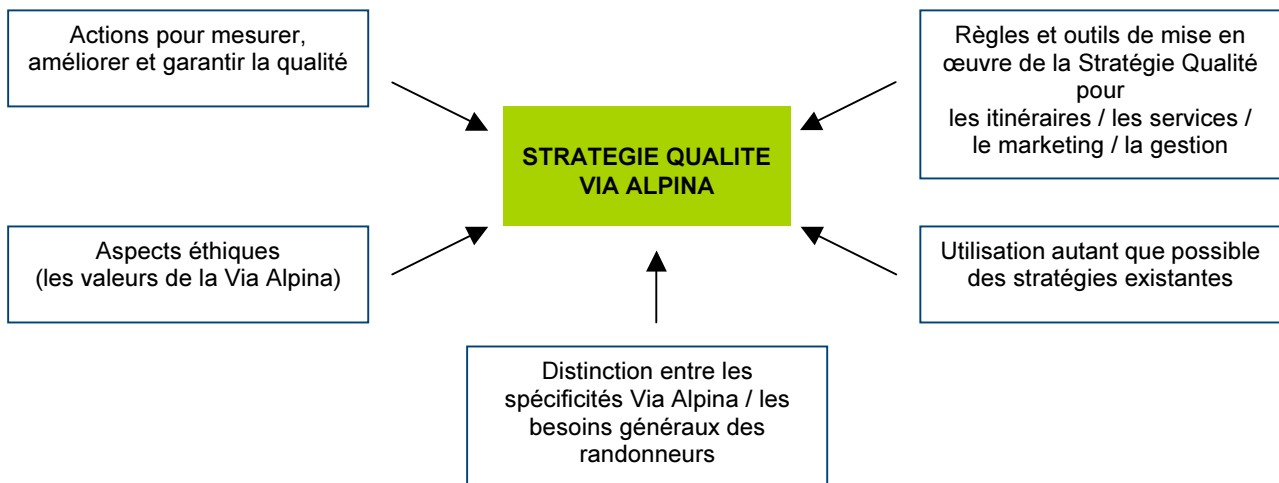


Diagramme général du concept :



C. DEFINITION DES OBJECTIFS QUALITE

1. Itinéraires

La qualité de l'itinéraire est basée sur différentes caractéristiques :

- **Un itinéraire bien planifié :**
 - L'itinéraire facilite la découverte de sites naturels intéressants (espaces protégés, panoramas, lacs, cascades, rivières et paysages sauvages), ainsi que du patrimoine culturel (villages, musées, expositions, manifestations).
 - Il est possible d'atteindre et de quitter l'itinéraire par transport public et privé. L'itinéraire a été sciemment divisé, planifié et balisé dans cette optique.
 - La division en différentes étapes suit une logique précise (degré de difficulté, longueur) adaptée aux randonneurs ciblés.
- **Un itinéraire sans problème :**
 - Le sentier est sans danger et ne comporte pas de difficulté technique majeure ;
 - Le sentier est clairement balisé et indiqué (aucun risque de se perdre) ;
 - Les itinéraires sont indiqués sur les cartes et autres types de publications et bien décrits.
- **La spécificité de la Via Alpina :**
 - Il est facile pour les randonneurs de quitter la Via Alpina et d'y revenir. Les randonneurs sont sûrs de se trouver sur la Via Alpina et d'aller dans la bonne direction (vers Monaco ou vers Trieste).
 - L'itinéraire permet à tous les usagers de la Via Alpina de découvrir le monde alpin et le patrimoine local.
 - Les organismes gestionnaires sont toujours informés de l'état et de l'entretien des sentiers.

2. Services

a) Hébergement

La qualité de l'hébergement se base sur trois caractéristiques :

- **Les points essentiels :**

- L'établissement a un bon rapport qualité / prix dans sa catégorie en ce qui concerne le confort et les services (afin que le randonneurs soit satisfait et prêt à faire de nouveau appel à un hébergement de cette catégorie).
 - L'établissement est accueillant. L'accueil est bon et l'atmosphère chaleureuse et conviviale. Les lieux ont une « âme ».
 - L'emplacement est bon (à proximité de l'itinéraire, au calme, la vue et les alentours sont agréables).
 - Le client peut obtenir des informations utiles avant son séjour et, en règle générale, l'établissement est à la hauteur de ce qui est annoncé.
- **Les principaux services pour les randonneurs itinérants :**
 - Les randonneurs peuvent trouver des informations sur les itinéraires et sur les prévisions météo.
 - Leurs vêtements peuvent être séchés et parfois lavés.
 - Leurs bagages peuvent être transportés, si la localisation s'y prête.
 - Ils peuvent prendre un petit-déjeuner matinal, copieux et équilibré.
 - Il est possible d'avoir des paniers repas (et parfois des articles d'épicerie) adaptés à leurs besoins.
 - **La spécificité de la Via Alpina :**
 - L'établissement fait partie d'un réseau d'établissements (par exemple : informations sur la Via Alpina disponibles, accès Internet, au moins une personne parle une langue alpine en plus de sa langue maternelle).
 - L'établissement joue un rôle actif pour son territoire (par exemple : informations sur la région, sur les activités et les traditions locales, sur la culture, exposition de produits locaux).
 - L'établissement adopte des pratiques durables.

b) Restauration

La qualité de la restauration est évaluée en fonction de différentes caractéristiques :

- **Les points essentiels :**

- Les repas ont un bon rapport qualité / prix (tout en prenant en compte les différences

entre chaque pays) en ce qui concerne le service et la cuisine.

- La majorité des plats vient de la « cuisine locale ». Des boissons locales devraient également être proposées, ainsi que des produits locaux labellisés.
- Il est possible de servir d'autres plats : Un plat principal unique simple à un prix réduit, Un repas végétarien ou diététique.
- **Les principaux services pour les randonneurs itinérants :**
 - Le petit-déjeuner est équilibré et varié.
 - Le panier repas est équilibré, copieux et emballé de manière appropriée au transport dans un sac à dos.
 - La quantité des repas est suffisante.
- **La spécificité de la Via Alpina :**
 - L'établissement utilise, dans la mesure du possible, des produits locaux de haute qualité pour préparer ses repas.
 - Le processus de restauration, dans son ensemble, est respectueux de l'environnement (approvisionnement, cuisine, emballage, déchets).

c) Services sur chaque territoire

La qualité des services sur chaque territoire est évaluée d'après trois caractéristiques :

- **Les services essentiels pour une randonnée en toute sécurité :**
 - Informations sur les prévisions météo et sur tout problème relatif aux sentiers.
 - Possibilité d'une assistance médicale.
- **Services importants pour le bon déroulement d'une randonnée :**
 - Il existe une offre de services de transport.
 - Les randonneurs peuvent trouver les services essentiels aux points étape (épicerie, magasin de sport, distributeur de billets, librairie, internet etc.).
- **Spécificité de la Via Alpina :**
 - Différents « services-découverte » sont disponibles. Ils prennent en compte à la fois l'environnement et le patrimoine culturel (visites guidées, musées et expositions, vente de produits locaux et événements liés à la vie alpine).

3. Marketing

La qualité de la politique marketing se fonde sur trois caractéristiques principales :

- **Des processus d'information et de réservation professionnels :**
 - Il est facile pour les randonneurs d'obtenir toutes les informations nécessaires avant leur départ (présentation claire, disponibilité et traduction en plusieurs langues).
 - Il est facile pour les randonneurs d'obtenir toutes les informations nécessaires pendant leur séjour (possibilité d'avoir une information mise à jour, informations techniques, en plusieurs langues, etc.).
 - Les contenus et la présentation de l'information prennent en compte la spécificité de la Via Alpina.
 - La réservation des hébergements s'effectue facilement (structure de prix claires, confirmations rapides, méthodes de paiement simples etc.).
- **Un bon processus de marketing pour les séjours organisés :**
 - La création d'un label de séjours organisés.
 - Une bonne distribution de ces séjours organisés.
- **Un processus de communication efficace :**
 - Utiliser les outils de communication les mieux adaptés pour faire connaître la Via Alpina et ses produits à un niveau international.
 - Utiliser les outils de communication les mieux adaptés pour faire connaître la Via Alpina et ses produits à un niveau local.
 - Toujours adopter une approche professionnelle.
 - Élaborer une identité de marque.
 - Contrôler les résultats du processus de communication.

4. Gestion de projet

Les éléments suivants sont importants pour mettre en œuvre efficacement la démarche Qualité :

- La gestion de la Structure Via Alpina elle-même ;
- La gestion générale de la démarche Qualité ;
- La mise en œuvre du Guide Qualité pour les itinéraires, les services et le marketing, en prenant en considération la spécificité de Via Alpina.

Ce qui signifie :

- **Respect des règles de qualité usuelles gouvernant la gestion des organisations :**
 - La Structure Via Alpina a une existence, un budget correspondant et une mission clairement définie.
 - La Structure Via Alpina est gérée selon les normes de qualité usuelles.

- **Développement d'une structure organisationnelle solide dotée des moyens et des outils pour mener à bien la démarche Qualité :**

- La démarche Qualité est bien planifiée, au niveau financier et organisationnel.
- La diffusion de l'information à chaque partie prenante est reconnue comme un objectif important.
- La Structure Via Alpina a mis au point un système de gestion du risque pour la démarche Qualité.
- Il existe une évaluation de l'action de la Structure Via Alpina et des résultats de la démarche Qualité.

- Les collaborateurs de la Structure Via Alpina participent de manière efficace à la mise en œuvre de la démarche Qualité.
- La Structure Via Alpina a défini les outils pour la mise en œuvre de la démarche Qualité.

- **La spécificité de la Via Alpina :**

- La direction met en place une gestion au niveau national, régional et local afin de prendre en compte la taille du projet.
- Une politique efficace pour motiver les acteurs est mise en place.
- La direction s'assure que l'esprit Via Alpina est conservé.
- Les pratiques de la Structure Via Alpina sont respectueuses de l'environnement.

II. MANUEL QUALITE

Définition des standards
pour la mise en œuvre de la Stratégie Qualité

A. ITINERAIRES

A.1. Un itinéraire bien planifié	
A.1.1. L'itinéraire facilite la découverte de sites naturels intéressants ainsi que du patrimoine culturel	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Des paysages très attrayants (panoramas, lacs) sont mis à profit comme source d'intérêt majeur.</p> <p>Un inventaire exhaustif sous forme de liste et de cartes signale les lieux d'intérêt particulier (base de données).</p> <p>Un détour est effectué près des zones sensibles, ou leur traversée est strictement réglementée.</p> <p>L'accès libre aux itinéraires n'est jamais interrompu.</p> <p>La signalétique permet aux randonneurs d'accéder aux principaux lieux d'intérêt spécifique et de rejoindre ensuite l'itinéraire principal.</p> <p>Il existe des initiatives locales pour mettre en place des panneaux d'information (ou mettre à disposition des documents imprimés en plusieurs langues) aux lieux d'intérêt particulier. Very nice landscapes (panoramas, lakes) are used as the most attractive points of interest.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Via Alpina suit autant que possible des tracés historiques.</p> <p>Des points d'observations sont intégrés au parcours ou à proximité.</p>
A.1.2. Il est possible d'atteindre et de quitter l'itinéraire par transport public et privé. L'itinéraire a été sciemment divisé, planifié et balisé dans cette optique	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Il existe une liaison entre la Via Alpina et un réseau de transport public au moins tous les cinq jours (train, autocar).</p> <p>Les horaires des transports publics locaux et les numéros de téléphone des taxis sont disponibles.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>De chaque point d'étape, il est possible de rejoindre le réseau de transports publics en deux heures de marche ou une heure de transport (afin de pouvoir interrompre le voyage en cas de circonstances imprévues).</p>
A.1.3. La division en différentes étapes suit une logique précise adaptée aux randonneurs ciblés	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'itinéraire est divisé en étapes journalières ne dépassant pas 8 heures de marche (pour un randonneur moyen).</p> <p>Le dénivelé total (positif comme négatif) ne dépasse pas 1200 mètres par étape journalière.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les étapes ne dépassent pas 5 heures de marche pour un randonneur moyen.</p> <p>Le dénivelé total (positif comme négatif) ne dépasse pas 800 mètres par étape journalière.</p>

A.2. Un itinéraire sans problème	
A.2.1. Le sentier est sans danger et ne comporte pas de difficulté technique majeure	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Il n’y a pas de risque de chute. Toute partie délicate a été sécurisée.</p> <p>Un entretien annuel des sections d’itinéraire problématiques est réalisé au printemps (fin mai au plus tard).</p> <p>L’itinéraire est régulièrement contrôlé (une ou deux fois par an) et nettoyé (branches et pierres gênantes, herbes hautes etc.) si nécessaire.</p> <p>Seules quelques petites portions sont goudronnées ou cimentées.</p> <p>La largeur du sentier est d’au moins 30 cm</p> <p>Des services d’entretien immédiat sont disponibles après des événements naturels (en particulier dans le cas d’orages ou à la suite de mauvaises conditions climatiques persistantes) si l’itinéraire présente un réel danger.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Dans la mesure du possible l’itinéraire n’est pas rocailleux ni défoncé et des moyens techniques sont employés pour assécher le sol si nécessaire.</p> <p>Pour les passages raides, des marches ou d’autres types d’équipements sont en place.</p> <p>La largeur du sentier est de 120 cm minimum pour les passages très fréquentés.</p> <p>La largeur du sentier est de 60 cm pour les passages pavés.</p> <p>Le sentier est construit avec des matériaux locaux et se fond dans le paysage.</p> <p>Chaque étape journalière comporte au maximum 5% de longueur goudronnée et 10% sur piste d’exploitation.</p>
A.2.2. Le sentier est clairement balisé et indiqué	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La signalétique suit les règles internationales, nationales et régionales disponibles en la matière, et en tous les cas des règles uniformes au niveau local.</p> <p>Le sentier est facile à voir.</p> <p>Les marques entre deux panneaux sont bien visibles (en conformité avec les règles nationales et régionales), au niveau des yeux si possible, s’il existe un risque de se perdre.</p> <p>Un petit logo Via Alpina, facilement repérable (au niveau des yeux si possible) se trouve sur les panneaux aux croisements et bifurcations.</p> <p>La peinture ou la matière utilisée pour ces balises respecte l’environnement, ainsi que le travail préalable à la peinture.</p> <p>Les itinéraires sont classés par catégories selon les lignes directrices usuelles (facile, montagnaise, alpine).</p> <p>La signalétique intermédiaire est continue.</p> <p>Les matériaux utilisés pour la signalétique sont de bonne qualité et durable.</p> <p>Des panneaux « sentier condamné » sont placés pour empêcher l’accès à certaines sections de l’itinéraire en cas de danger temporaire, et des déviations sont en place.</p> <p>Les marques peintes sont régulièrement entretenues.</p> <p>La Via Alpina est intégrée à toute nouvelle initiative de signalétique.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les principes suivis pour la signalétique et le balisage sont les mêmes pour tout l’itinéraire.</p>

A.2.3. Les itinéraires sont indiqués sur les cartes et les autres types de publication et bien décrits	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Via Alpina est indiquée sur au moins une carte de randonnée officielle de la région ou de la vallée.</p> <p>Des informations techniques concernant l’itinéraire sont intégrés aux guides existants et sur les sites internet.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>La Via Alpina est présente sur toutes les cartes.</p> <p>Toute l’information concernant l’itinéraire (données techniques, patrimoine, environnement, tourisme) est intégrée aux guides existants.</p>
A.3. La spécificité de la Via Alpina	
A.3.1. Il est facile pour les randonneurs de quitter la Via Alpina et d’y revenir. Les randonneurs sont sûrs d’être sur la Via Alpina et d’aller dans la bonne direction	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Il n’existe aucun risque de confondre la direction de l’itinéraire (Monaco ou Trieste) : elle est indiquée clairement par des signes appropriés.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>La Via Alpina est indiquée à partir des principaux sites touristiques.</p> <p>Des panneaux Via Alpina permanents sont placés dans les centres-villes, les gares ferroviaires et les gares routières.</p>
A.3.2. L’itinéraire permet à tous les usagers de la Via Alpina de découvrir le monde alpin le patrimoine local	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L’itinéraire (tout spécialement dans les villages et dans les villes) passe aussi près que possible des points d’intérêt de la zone.</p> <p>Les informations sur tout type de patrimoine culturel et/ou naturel (églises, points de vue) se trouvant à moins d’une demi-heure (à pieds, en car ou en train) de la Via Alpina sont disponibles pour les randonneurs.</p> <p>Il y a des panneaux en plusieurs langues résumant le patrimoine local accessible en moins d’une demi-heure le long du tracé à chaque étape principale de la Via Alpina.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Il existe des visites-découverte dans chaque zone avec des documents imprimés et/ou des panneaux d’information en plus d’une langue.</p>
A.3.3. Les organismes gestionnaires sont toujours informés de l’état et de l’entretien des sentiers	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>De rapports de toute intervention sur l’itinéraire sont archivés sur support papier ou informatique pour chaque section de la Via Alpina (carnet de suivi Via Alpina).</p> <p>Une chaîne complète de responsabilité pour l’entretien est définie sous la forme d’une liste de contacts (numéro de téléphone, courrier électronique).</p> <p>Un entretien continu avec procédure de contrôle est en place (par ex. taille de la végétation si nécessaire)</p> <p>Le secrétariat national met en place le carnet de suivi officiel au niveau national et coordonne son utilisation par toutes les régions. Si dans une zone donnée, le travail d’entretien ne fonctionne pas de manière satisfaisante, on procède à une modification de l’itinéraire.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Une formulaire digital (fiche Excel) est créé pour les services d’entretien ou pour les responsables locaux/régionaux pour la transmission de toutes les mises à jour au secrétariat national Via Alpina (carnet de suivi officiel).</p>

B. SERVICES

1. Hébergement

B1.1. Les points essentiels	
B1.1.1. L'établissement a un bon rapport qualité/prix dans sa catégorie en ce qui concerne le confort et les services	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'établissement applique la réglementation existante en conformité avec sa catégorie et la législation nationale.</p> <p>Les tarifs ne sont pas plus élevés que la moyenne de la catégorie et de la zone données.</p> <p>Pour s'assurer du respect de cette norme minimale, une enquête est nécessaire. Le rapport qualité/prix doit être évalué comme « bon » ou « très bon » par 80 % des clients.</p> <p>Les éléments suivants sont essentiels pour satisfaire à la norme minimale de confort :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une literie de bonne qualité : matelas, draps, couvertures et/ou couette. - Aucune nuisance sonore ne risque de déranger le client. - La propreté de l'établissement est irréprochable. - Le nombre de salles de bain et de toilettes correspondent à la catégorie de l'établissement. <p><i>Critères spécifiques aux refuges de montagne :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs peuvent faire leur propre cuisine. - La température des dortoirs est acceptable, ainsi que le nombre de personnes pouvant y coucher. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Des tarifs réduits sont possibles pour les familles.</p> <p>Le niveau de la qualité perçue par le client doit atteindre la norme habituelle pour ce type de service (et obtenir au moins 90% dans une enquête qualitative).</p>
B1.1.2. L'établissement est accueillant. L'accueil est bon et l'atmosphère chaleureuse et conviviale. Les lieux ont une « âme »	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Le personnel principal de l'établissement accueille chaleureusement les clients et s'entretient avec eux.</p> <p>Une charte d'accueil (celle de Via Alpina ou d'un autre réseau reconnu) est clairement mise en évidence.</p> <p>L'établissement dispose d'un procédé d'enregistrement de l'arrivée et du départ des clients (celui de la Via Alpina ou d'un autre réseau reconnu).</p> <p>L'établissement est décoré avec soin. Cette décoration est en harmonie avec le style et l'esprit de la région et évite la standardisation.</p> <p>Tout travail de construction dans l'établissement doit être en accord avec l'esprit de la région.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les personnes qui accueillent les clients ont suivi une formation spécifique.</p> <p>L'architecture de l'établissement est typique de la région.</p> <p>L'établissement dispose d'une cheminée ou d'un poêle, bien entretenu et utilisé pour créer une atmosphère agréable.</p> <p>L'établissement essaie toujours d'améliorer l'atmosphère grâce à des objets décoratifs typiques.</p>

B1.1.3. L'emplacement est bon	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Les itinéraires de randonnée et les activités sont à proximité de l'établissement (moins de dix minutes à pieds) et sont clairement indiqués. Un service navette flexible est organisé dans le cas contraire.</p> <p>L'établissement se trouve dans un endroit calme ou a pris des mesures pour éviter les nuisances sonores.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'établissement s'intègre bien dans l'environnement et non pollué (pas de pollution sonore, olfactive ou visuelle).</p> <p>L'établissement est situé dans un endroit très calme et agréable (terrasse, jardin, etc.).</p> <p>Les environs sont particulièrement agréables (villages de montagne, nature, etc.).</p>
B1.1.4. Le client peut obtenir des informations utiles avant son séjour et, en règle générale, l'établissement est à la hauteur de ce qui est annoncé	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Des informations complètes et précises sur l'établissement sont disponibles sur des documents imprimés et sur internet en plusieurs langues (au moins en anglais et dans la langue du pays).</p> <p>Toute l'information essentielle est régulièrement mise à jour.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'établissement est en mesure de donner une information exacte et complète en langue anglaise au téléphone, et si possible dans une langue alpine étrangère.</p>
B1.2. Les principaux services pour les randonneurs itinérants	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Un document régulièrement mis à jour donnant des informations sur les itinéraires et sur les prévisions météo est mis à disposition. Il est au moins rédigé dans la langue nationale et en anglais.</p> <p>Un emplacement est prévu pour faire sécher les vêtements.</p> <p>Un panier repas peut être fourni (pour son contenu, voir le chapitre Restauration) ainsi que quelques articles d'épicerie pour la randonnée du jour (s'il n'y a pas de magasin à proximité).</p> <p>Un petit-déjeuner matinal est possible à la demande et répond aux habitudes locales (pour son contenu, voir le chapitre Restauration).</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Le document informatif est au moins dans deux autres langues alpines en plus de la langue parlée localement.</p> <p>Une pièce spécifique est à disposition pour le stockage du matériel et la réalisation des opérations d'entretien.</p> <p>Un lavoir est disponible.</p> <p>Une navette est proposée au client pour se rendre de et vers l'itinéraire (si celui-ci se trouve à plus de 15 min. de marche).</p> <p>L'établissement peut fournir et louer du matériel si nécessaire.</p> <p>Quand le réseau routier s'y prête, les bagages des clients peuvent être transportés par l'établissement ou par un transporteur professionnel.</p>
B1.3. La spécificité de Via Alpina	
B1.3.1. L'établissement fait partie d'un réseau d'établissements	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Au moins un membre du personnel parle anglais.</p> <p>L'établissement est, dans la mesure du possible, connecté à Internet et peut donner des informations sur d'autres établissements (au moins trois dans chaque direction) et sur la région via internet.</p> <p>De l'information (documents imprimés) et des cartes sur Via Alpina sont disponibles dans l'établissement et sur internet.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Tous les établissements sont connectés à internet.</p> <p>Les différents responsables d'hébergements du réseau Via Alpina se contactent plusieurs fois dans l'été (au moins une fois par mois).</p> <p>Plusieurs membres du personnel parlent anglais et certains parlent une langue alpine étrangère.</p>

B1.3.2. L'établissement joue un rôle actif pour son territoire	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'établissement a des étagères avec des documents concernant la région et les activités de plein-air, de préférence en plusieurs langues.</p> <p>Un emplacement bien choisi est réservé aux informations à destination des randonneurs sur les randonnées, visites, commerces, restaurants et les manifestations à proximité.</p> <p>Il y a au moins une personne capable d'informer les clients à ce sujet en anglais.</p> <p>Le gestionnaire de l'établissement est en contact avec des professionnels des activités montagne pouvant proposer aux clients des activités de nature accompagnées.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Des événements et des soirées sur le patrimoine local sont régulièrement organisés dans l'établissement.</p> <p>Il y a des prospectus en différentes langues sur les visites et les activités de la région qui respectent la spécificité de la Via Alpina.</p> <p>Des guides sont en vente et d'autres peuvent être consultés sur place.</p>
B1.3.3. L'établissement adopte des pratiques durables	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'établissement prend des mesures pour garantir que ses effluents sont traités de manière à respecter les normes environnementales.</p> <p>L'établissement maîtrise sa propre consommation énergétique et hydraulique.</p> <p>L'établissement utilise des produits chimiques d'une manière raisonnable.</p> <p>L'établissement est bien isolé.</p> <p>L'établissement organise la collecte sélective et le recyclage des déchets (papier, carton, verre, plastique, cartouches d'encre, etc.) si un tel système existe déjà dans sa région.</p> <p>L'établissement informe ses clients de ses pratiques durables.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'établissement utilise l'énergie renouvelable et des appareils à économie d'énergie (ampoules électriques, chasses d'eau, thermostats, etc.).</p> <p>L'établissement utilise des poudres à laver et autres produits d'entretien possédant un « éco-label ».</p> <p>Les nouveaux travaux de construction nécessaires sont réalisés dans le plus grand respect de l'environnement.</p> <p>L'établissement adhère à « l'éco-label européen pour les hébergements ».</p>

2. Restauration

B2.1. Les points essentiels	
B2.1.1. Les repas ont un bon rapport qualité / prix en ce qui concerne le service et la cuisine	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'établissement applique la réglementation existante en conformité avec sa catégorie et la législation nationale.</p> <p>Les tarifs ne sont pas plus élevés que la moyenne de la catégorie et du pays donnés.</p> <p>Pour s'assurer du respect de cette norme, une enquête est nécessaire. Le niveau de qualité perçu par le client doit atteindre la norme habituelle pour ce type de service (et obtenir au moins 80% dans une étude qualitative).</p> <p>La cuisine est toujours très propre et les règles légales d'hygiène sont appliquées.</p> <p>Les tables sont propres.</p> <p>Le service est toujours aimable.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Des tarifs réduits sont possibles pour les familles.</p> <p>La satisfaction concernant le rapport qualité/prix atteint le niveau le plus élevé possible (et obtient au moins 90% dans une enquête qualitative).</p>

B2.1.2. La majorité des plats vient de la « cuisine locale ». Des boissons locales devraient également être proposées, ainsi que des produits locaux labellisés	
<i>Normes minimales</i> Il y a au moins un « menu régional » avec une entrée, un plat principal, un fromage et/ou un dessert de la région. Certains boissons et certains aliments sont faits maison (en conformité avec les règles d'hygiène en vigueur).	<i>Objectifs souhaitables</i> Il est possible de commander des plats biologiques. Dans chaque catégorie (entrée, plat principal, dessert et boisson), la carte contient au moins deux spécialités régionales.
B2.1.3. Il est possible de servir d'autres plats	
<i>Normes minimales</i> Il est possible de commander uniquement un plat principal simple, à un prix réduit. Il est possible de commander un repas végétarien ou diététique.	<i>Objectifs souhaitables</i> Il est possible de commander un repas enfant composé, dans la mesure du possible, de plats locaux.
B2.2. Les principaux services pour les randonneurs itinérants	
B2.2.1. Le petit-déjeuner est équilibré et varié	
<i>Normes minimales</i> Le petit déjeuner reflète l'esprit de chaque région et il est copieux, varié et équilibré. Le petit déjeuner respecte une charte qualité (celle de la Via Alpina ou d'un autre label ou réseau) adaptée à chaque région.	<i>Objectifs souhaitables</i>
B2.2.2. Le panier repas est équilibré, copieux et emballé de manière appropriée au transport dans un sac à dos	
<i>Normes minimales</i> Le panier repas reflète l'esprit de chaque région et il est copieux, varié et équilibré. Le panier repas respecte une charte qualité (celle de la Via Alpina ou d'un autre label reconnu) adaptée à chaque région.	<i>Objectifs souhaitables</i>
B2.2.3. La quantité des repas est suffisante	
<i>Normes minimales</i> Il est possible de commander un menu copieux spécialement adapté aux randonneurs.	<i>Objectifs souhaitables</i>
B2.3. La spécificité de Via Alpina	
B2.3.1. L'établissement utilise, dans la mesure du possible, des produits locaux de haute qualité pour préparer ses repas	
<i>Normes minimales</i> L'établissement utilise, dans la mesure du possible, des produits locaux (de la vallée) pour préparer ses plats. L'établissement utilise, dans la mesure du possible, des produits locaux pour ses petits déjeuners et ses paniers repas. L'établissement informe ses clients de l'utilisation de produits locaux.	<i>Objectifs souhaitables</i> L'établissement peut fournir des informations sur des recettes locales. L'établissement propose à la vente, dans la mesure du possible, des produits locaux si possible reconnus par un label de provenance.

B2.3.2. Le processus de restauration, dans son ensemble, est respectueux de l'environnement	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'établissement prend des mesures pour garantir que ses effluents sont traités de manière à respecter les normes environnementales.</p> <p>L'établissement maîtrise sa propre consommation énergétique et hydraulique.</p> <p>L'établissement est bien isolé.</p> <p>L'établissement évite l'utilisation d'assiettes, de gobelets, de couteaux et de fourchettes en plastique.</p> <p>L'établissement organise la collecte sélective et le recyclage des déchets (papier, carton, verre, plastique, cartouches d'encre, etc.) si un tel système existe déjà dans sa région.</p> <p>L'établissement informe ses clients de ses pratiques durables.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'emballage des paniers repas est biodégradable.</p> <p>L'établissement utilise l'énergie renouvelable et des appareils à économie d'énergie (ampoules électriques, chasses d'eau, thermostats, etc.).</p> <p>L'établissement utilise des produits d'entretien possédant un « éco-label »</p> <p>L'établissement utilise des produits chimiques de manière raisonnable.</p> <p>L'établissement composte ses déchets biologiques.</p>

3. Services sur chaque territoire

B3.1. Les services essentiels pour une randonnée en toute sécurité	
B3.1.1. Informations sur les prévisions météo et sur tout problème relatif aux sentiers	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Les prévisions météo sont affichées quotidiennement à l'office du tourisme ou sur un panneau bien en évidence dans chaque commune.</p> <p>Il est possible de consulter un document expliquant la marche à suivre en cas de secours (numéro de téléphone, etc.).</p> <p>Un document mis à jour présente les éventuels problèmes sur les sentiers et les déviations possibles.</p> <p>Tous ses documents sont disponibles dans la (les) langue(s) locale(s) et en anglais.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Tous les documents sont disponibles dans les différentes langues alpines.</p>
B3.1.2. Possibilité d'une assistance médicale	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Les secours terrestres et hélicoptés sont faciles à contacter par téléphone dans chaque région.</p> <p>Une assistance médicale est présente dans le village ou dans la vallée : pharmacien, médecin, dentiste.</p> <p>Un document mis à jour et récapitulant ces services est disponible au moins en anglais et dans la langue locale.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les services d'assistance médicale peuvent être contactés dans toutes les langues alpines.</p>

B3.2. Services importants pour le bon déroulement d'une randonnée	
B3.2.1. Il existe une offre de services de transports	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Il est possible, pour chaque section, de rejoindre les points de départ et d'arrivée en utilisant les transports publics ou un taxi.</p> <p>Les horaires et les coordonnées des personnes contact sont disponibles dans les offices de tourisme ou sur le site Via Alpina.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Des services de transport des bagages sont proposés lorsque le réseau routier s'y prête et les coordonnées des personnes contact sont consultables dans les offices de tourisme.</p>
B3.2.2. Les randonneurs peuvent trouver les services essentiels aux points étape	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Des articles d'épicerie peuvent être achetés au moins tous les deux jours (dans un village ou dans un point de ravitaillement dans un hôtel ou un refuge).</p> <p>Dans chaque section on trouve au moins : un magasin de sport, un distributeur de billets ou une banque et un magasin vendant des livres et des cartes sur la région.</p> <p>Il est possible d'obtenir une information précise sur les services mentionnés ci-dessus le long de l'itinéraire Via Alpina ou à proximité.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les commerces et les débits de boissons stockent un minimum de marchandises pour les randonneurs dans le cas où il est impossible de se les procurer autrement.</p> <p>Les commerçants adhèrent à une charte de qualité spécifique pour les randonneurs et promeneurs.</p> <p>Dans les principaux villages, les randonneurs ont accès à Internet pour pouvoir consulter leur messagerie électronique (dans les établissements d'hébergement, les offices de tourisme ou des cafés Internet).</p>
B3.3. La spécificité de Via Alpina	
B3.3.1. Différents « services-découverte » sont disponibles. Ils prennent en compte à la fois l'environnement et le patrimoine culturel	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Des visites guidées sont proposées dans chaque section de Via Alpina.</p> <p>Il est possible de visiter des musées et des expositions sur le patrimoine des Alpes (nature, culture) dans chaque section de Via Alpina.</p> <p>L'information sur les musées et les expositions est disponible en anglais.</p> <p>Les visiteurs peuvent trouver des produits locaux (gastronomiques et artisanaux) sur la Via Alpina et dans les principaux centres des environs.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Toute l'information est disponible dans les différentes langues alpines.</p>

C. MARKETING

C.1. Des processus d'information et de réservation professionnels	
C.1.1. Il est facile pour les randonneurs d'obtenir toutes les informations nécessaires avant leur départ	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La distinction entre les itinéraires Via Alpina et les itinéraires complémentaires permettant une découverte plus approfondie de la région est communiquée clairement au randonneur.</p> <p>L'information est facilement compréhensible (présentation clairement structurée, cartes de situation, etc.).</p> <p>Une présentation est faite de chaque étape de l'itinéraire (difficultés, caractéristiques et paysage).</p> <p>Les différents itinéraires sont clairement indiqués sur les cartes.</p> <p>L'information est suffisante pour l'organisation d'un séjour (caractéristiques de l'hébergement avec prix, description de l'itinéraire, accès, approvisionnement etc.).</p> <p>Cette information est clairement présentée sur Internet en différentes langues.</p> <p>Au moins une ligne d'information (deux dans le cas d'une section transfrontalière) est disponible dans chaque section.</p> <p>Les informations techniques peuvent être obtenues par téléphone, fax ou courrier électronique sur cette ligne en anglais et dans la langue locale.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'information se trouve dans un fascicule imprimé bien illustré et en différentes langues.</p> <p>L'information technique peut être obtenue par téléphone, fax ou par courrier électronique dans toutes les langues alpines.</p>
C.1.2. Il est facile pour les randonneurs d'obtenir toutes les informations nécessaires pendant leur séjour	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Les prévisions météo sont disponibles (voir également les chapitres Hébergement et Services sur chaque territoire)</p> <p>Un document comprenant une carte de la région est disponible sur les lieux d'hébergement et sur les points d'informations, indiquant aux visiteurs l'existence et l'emplacement des principaux sites naturels et historiques.</p> <p>Un document régulièrement mis à jour reprenant les différentes visites guidées est affiché.</p> <p>Les informations spécifiques sur d'éventuels problèmes sont disponibles en anglais et dans la langue locale (voir également les chapitres Hébergement et Services sur chaque territoire).</p> <p>Ce type d'information est disponible à plusieurs endroits (par exemple, les points d'informations dans les bars et les commerces).</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Tous les documents sont disponibles dans les quatre langues alpines.</p> <p>Il existe un site internet ou un CD-Rom des différentes randonnées de la région permettant la remise ou la vente de « fiches-randonnées » aux offices de tourisme et sur les lieux d'hébergement.</p> <p>Les informations sur les éventuels problèmes sont disponibles dans les quatre langues alpines.</p> <p>Afin de communiquer les informations au bon moment et au bon endroit, de nouvelles méthodes pour informer le plus rapidement possible sont développées dans les territoires pilotes (via téléphones portables, Internet, GPS, serveurs en plusieurs langues, etc.).</p>

<p>Les personnes travaillant aux principaux points d'information sont en mesure d'informer le touriste sur les randonnées.</p> <p>Dans chaque section, il existe un office de tourisme dans lequel au moins un employé peut communiquer des informations au téléphone en anglais et dans la langue locale.</p>	
<p>C.1.3. Les contenus et la présentation de l'information prennent en compte la spécificité de la Via Alpina</p>	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'informations disponible sur Internet est constamment actualisée.</p> <p>Il est possible d'obtenir des informations sur différentes offres (visites guidées, expositions, et visites découverte, manifestations etc.).</p> <p>L'information comprend de informations de base sur les sites intéressants, la nature, l'histoire et la culture.</p> <p>L'information inclut des liens Internet et une bibliographie.</p> <p>Cette information est disponible en anglais et dans la langue locale.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Une information écrite est disponible dans les quatre langues alpines.</p>
<p>C.1.4. La réservation des hébergements s'effectue facilement</p>	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Les réservations doivent pouvoir se faire facilement et rapidement, quel que soit le système de distribution.</p> <p>Il est facile de réserver un hébergement sur Internet ou par téléphone.</p> <p>Les adresses électroniques et les numéros de téléphone doivent au moins être indiqués sur le site Internet de la Via Alpina.</p> <p>Prix, tarifs et conditions d'annulation sont clairement indiqués pour que le client puisse facilement identifier le rapport qualité prix.</p> <p>Les réservations et les conditions de paiement sont toujours claires et acceptables pour le client.</p> <p>Le client reçoit une réponse à sa question ou sa réservation dès que possible.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Une réponse immédiate ou confirmation est donnée au client pour sa réservation.</p> <p>Chaque établissement a accès à Internet ou est en contact avec une centrale de réservations, et il est relié au site Internet Via Alpina.</p> <p>Il est possible de réserver directement sur le site Internet Via Alpina grâce à un logiciel de réservations gérant les disponibilités.</p> <p>Une centrale de réservations est créée dans chaque section locale ou région, utilisant les structures locales telles que les offices de tourisme.</p>
<p>C.2. Un bon processus de marketing pour les séjours organisés</p>	
<p>C.2.1. La création d'un label de séjours organisés</p>	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Les séjours organisés Via Alpina sont conçus par des voyagistes ou par des agences réceptives juridiquement reconnus.</p> <p>Ces structures peuvent recevoir une garantie Via Alpina pour les aider à commercialiser les produits.</p> <p>Pour obtenir cette garantie, le produit doit respecter une charte qualité qui prend en compte les points suivants :</p> <p><i>Critères de marketing :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le prix est convenable pour tous les partenaires et les clients. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Un partenariat clair entre la Structure Via Alpina et des voyagistes spécialisés dans le tourisme de nature permet de proposer une gamme complète et efficace de produits, spécifiques, transmettant l'esprit Via Alpina aux locaux et aux touristes et contribuant à la durabilité du projet et à l'amélioration des pratiques touristiques dans les Alpes.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Le produit inclut une méthode d'évaluation de la satisfaction du client et un procédé d'amélioration de la qualité. - La politique marketing désigne un marché cible approprié. - Le produit correspond à ce marché. - Le produit est construit de manière facilement compréhensible par le client. <p><i>Tourisme durable et spécificité Via Alpina :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le client est informé du patrimoine local et de la protection de l'environnement. - Le produit ne nuit pas à l'environnement. - Le produit contribue à la création de liens entre les professionnels, les touristes et la population. - Dans la mesure du possible, on a recours à des produits locaux et des personnes de la région afin d'atteindre le meilleur impact sur l'économie locale. - Le produit est organisé de manière à éviter toute concentration de l'activité touristique (pas de tourisme de masse). - Des solutions sont en particulier proposées pour attirer les randonneurs pendant la saison creuse. - Une information sur l'ensemble de la Via Alpina est transmise aux randonneurs durant leur séjour. <p>Le produit doit faire partie d'une gamme de produits avalisée par la Via Alpina. Pour atteindre ce but, la Structure Via Alpina doit prendre en compte le fait que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il est important pour la gamme du produit de couvrir tout l'espace alpin et pas uniquement les destinations les plus connues. La Structure Via Alpina doit encourager ou demander aux agences réceptives de commercialiser des voyages couvrant la totalité de l'itinéraire dans chaque section. - Afin d'éviter d'avoir les mêmes produits (thèmes, marchés cibles, contenus, organisation identiques) la Structure Via Alpina : <ul style="list-style-type: none"> - Ne doit ajouter une nouvelle offre que si elle est réellement différente de celles existantes ; - Doit encourager les agences réceptives à développer, si possible, plusieurs produits différents. 	
--	--

C.2.2. Une bonne distribution de ces séjours organisés

<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La distribution des séjours organisés Via Alpina attire des personnes de différents pays (principalement en Europe) par des moyens divers (Internet, tour operators et agences de voyages spécialisés, etc.).</p> <p>Pour atteindre ces objectifs, la Structure Via Alpina doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demander aux agences réceptives de proposer un plan marketing approprié pour les produits ; - Demander à toutes les agences vendant le produit de proposer une réservation en ligne ; 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Le processus de distribution pour la gamme de produits Via Alpina est structuré sur un mode gagnant-gagnant entre la Structure Via Alpina, les voyagistes, les acteurs locaux et les touristes.</p>
--	---

<ul style="list-style-type: none"> - Encourager une amélioration de la distribution des produits en créant des bases de données et des contacts entre les voyagistes, les agences de voyage et les agences réceptives ; - Développer des contacts directs avec les voyagistes et les agences de voyages qui font preuve d'intérêt ; - Organiser un processus de distribution propre via le site Internet Via Alpina. 	
---	--

C.3. Un processus de communication efficace

C.3.1. Utiliser les outils de communication les mieux adaptés pour faire connaître la Via Alpina et ses produits à un niveau international

<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Les médias sont reconnus comme la meilleure manière de mieux faire connaître le produit, la Structure Via Alpina doit donc mettre en place une politique médiatique basée sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La création d'une base de données régulièrement mise à jour de journalistes et de services de presse s'intéressant potentiellement à Via Alpina ; - La création d'une base de données régulièrement mise à jour des responsables locaux susceptibles de rencontrer les médias et de travailler avec eux ; - La motivation des responsables locaux à organiser des visites informatives pour les journalistes ; - La création d'un court manuel explicatif pour les responsables locaux sur la façon de travailler avec les médias. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>La Structure Via Alpina devrait élaborer une politique efficace de relation avec les médias, basée sur des contacts réguliers avec les principaux médias, l'organisation de visites pédagogiques, la participation à des ateliers internationaux, etc.</p>
---	--

C.3.2. Utiliser les outils de communication les mieux adaptés pour faire connaître la Via Alpina et ses produits à un niveau local

<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Encourager l'action médiatique locale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer un procédé afin de motiver les responsables locaux à travailler avec les médias de la région ; - Fournir aux responsables locaux un court manuel explicatif pour travailler avec les médias de la région. <p>Encourager l'organisation d'événements :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer un procédé afin de motiver les responsables locaux à organiser des événements en coordination avec Via Alpina ; - Fournir aux responsables locaux un court manuel explicatif sur l'organisation d'événements (marches à suivre, exemples etc.) ; - Publier un calendrier événementiel sur le site Via Alpina. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Développer une forte politique médiatique décentralisée, basée sur la motivation de nombreux partenaires locaux.</p>
--	--

C.3.3. Toujours adopter une approche professionnelle	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Définir une charte graphique de la Via Alpina (couleurs, logo, images, polices de caractères, etc.).</p> <p>Choisir uniquement des images de très bonne qualité et créer une banque d'images.</p> <p>Recourir à des professionnels pour élaborer et rédiger les messages.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Intégrer cette approche professionnelle à toutes les relations avec les partenaires et les utilisateurs.</p>
C.3.4. Élaborer une identité de marque	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Un document reprend les recommandations en matière de communication sur Via Alpina.</p> <p>Ce document communique clairement à chaque partenaire les éléments à prendre en compte pour chaque action de communication. Les deux principaux éléments sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la conformité aux 4 principes de l'esprit Via Alpina ; - l'utilisation de la charte graphique Via Alpina. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Mettre en pratique cette identité de marque pour toute action de communication de Via Alpina et à tous les niveaux territoriaux.</p>
C.3.5. Utiliser le meilleur moyen de communication	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Préférer Internet aux autres moyens de communication pour permettre une mise à jour régulière de l'information transmise.</p> <p>Publier des documents uniquement lorsqu'ils sont indispensables.</p> <p>Utiliser Internet et les « web cams » pour développer la communication en direct.</p> <p>Établir des contrats avec des éditeurs de guides.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Développer une politique complète pour dynamiser les communications Via Alpina en utilisant les meilleurs outils et en s'adressant à tous les partenaires et utilisateurs.</p>
C.3.6. Contrôler les résultats de la communication	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina met en place des méthodes de contrôle de la communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compilation des des informations sur les actions médiatiques (revue de presse) ; - Mise en place d'un système en ligne pour suivre comment les touristes recueillent l'information. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Développer un partenariat fort avec les médias afin que l'information nécessaire soit transmise automatiquement.</p> <p>Développer un système de feed-back pour informer les des résultats de la communication via Internet.</p>

D. GESTION DE PROJET

D.1. Respect des règles de qualité usuelles gouvernant la gestion des organisations	
D.1.1. La Structure Via Alpina a une existence, un budget correspondant et une mission clairement définie	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina a une définition claire.</p> <p>Il existe un document reconnu pour définir la mission de la Structure Via Alpina.</p> <p>Il existe un plan pour développer des ressources financières supplémentaires pour Via Alpina.</p> <p>Il peut s’agir de la vente directe ou indirecte de divers produits :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voyages organisés ; - Guides et cartes ; - Produits dérivés ; - Liens internet. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>La mission définie pour la Structure Via Alpina se traduit de manière claire dans des actions spécifiques et dans différentes méthodes de financement.</p>
D.1.2. La Structure Via Alpina est gérée selon les normes de qualité usuelles	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina respecte les normes de gestion de la qualité (les principales normes définies par ISO 8402 et les règles EFQM - European Foundation for Quality Management).</p> <p>Il existe un document spécifiant ces règles concernant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un bon leadership ; - La participation totale du personnel (ou des collaborateurs) ; - L’amélioration constante de la performance de la structure ; - Le processus, le système et les approches factuelles - Une action et une réflexion continues pour obtenir un niveau de satisfaction élevée des clients et des partenaires. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>La gestion de projet est guidée, à tous les niveaux, par l’application des règles de qualité définies.</p>

D.2. Développement d'une structure organisationnelle solide dotée des moyens et des outils pour mener à bien la démarche Qualité	
D.2.1. La démarche Qualité est bien planifiée, au niveau financier et organisationnel	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Un document définit les objectifs et la stratégie de la démarche Qualité.</p> <p>Un plan d'action régulièrement mis à jour et budgétisé pour la démarche Qualité spécifie : les mesures à prendre, la marche à suivre (avec des fiches récapitulatives), quand prendre une mesure, qui en est responsable et quel en est le coût.</p> <p>La Structure Via Alpina dispose d'un programme actualisé spécifiant comment obtenir et gérer les ressources financières nécessaires pour mettre en place la démarche Qualité.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les plans d'actions sont mis en pratique de manière efficace à tous les niveaux du projet Via Alpina.</p>
D.2.2. La diffusion de l'information à chaque partie prenante est reconnue comme un objectif important	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina transmet des informations d'ordre général à tous les partenaires et à son personnel, principalement via internet.</p> <p>L'information urgente est envoyée immédiatement.</p> <p>L'information courante est envoyée au moins une fois tous les quinze jours.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'information courante est transmise au moins une fois par semaine.</p>
D.2.3. La Structure Via Alpina a mis au point un système de gestion du risque pour la démarche Qualité	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina incorpore un processus d'identification et d'évaluation des risques pouvant mener à un échec de la démarche Qualité (un questionnaire ou un entretien avec les décideurs et/ou un atelier).</p> <p>La Structure Via Alpina incorpore un processus pour trouver des solutions afin d'éviter ou de minimiser ces risques d'échec (un questionnaire ou un entretien avec les décideurs et/ou un atelier).</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>La gestion du risque est suffisamment efficace pour corriger tous les problèmes le plus rapidement possible et à tous les niveaux.</p>
D.2.4. Il existe une évaluation de l'action de la Structure Via Alpina et des résultats de la démarche Qualité	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'exécution des mesures planifiées et le respect de l'agenda et du budget sont évalués chaque année.</p> <p>La satisfaction des clients et l'amélioration de la qualité sont régulièrement évaluées à l'aulne du plan d'action.</p> <p>La satisfaction des partenaires est régulièrement évaluée à l'aulne du plan d'action via internet.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Le processus d'évaluation est suffisamment efficace pour que ces résultats se traduisent par des mesures correctives réelles.</p>

D.2.5. Les collaborateurs de la Structure Via Alpina participent de manière efficace à la mise en œuvre de la démarche Qualité

<p><i>Normes minimales</i></p> <p>Le personnel ou les collaborateurs sont assez nombreux pour gérer la démarche Qualité.</p> <p>Il existe un processus de recrutement.</p> <p>Le personnel suit une formation préalable.</p> <p>Le personnel ou les collaborateurs sont régulièrement tenus informés sur le projet.</p> <p>Le personnel ou les contributeurs participent à la recherche de solutions.</p> <p>Les outils nécessaires pour mettre en place la démarche Qualité sont mis à leur disposition.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Le personnel ou les collaborateurs sont assez nombreux pour gérer la démarche Qualité.</p> <p>Il existe un processus de recrutement.</p> <p>Le personnel suit une formation préalable.</p> <p>Le personnel ou les collaborateurs sont régulièrement tenus informés sur le projet.</p> <p>Le personnel ou les contributeurs participent à la recherche de solutions.</p> <p>Les outils nécessaires pour mettre en place la démarche Qualité sont mis à leur disposition.</p>
---	---

D.2.6. La Structure Via Alpina a défini les outils pour la mise en œuvre de la démarche Qualité

<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina dispose des outils nécessaires pour mesurer la qualité du produit et la satisfaction des clients (questionnaires, audits).</p> <p>La Structure Via Alpina dispose des outils nécessaires pour améliorer la qualité du produit (chartes, accords avec les réseaux, défis motivants, échanges d'expérience).</p> <p>La Structure Via Alpina dispose des outils nécessaires pour garantir un certain niveau de qualité au client (labels, marques de réseau).</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'exemple des outils qualité de Via Alpina stimule l'utilisation d'outils similaires pour d'autres actions qualité.</p>
--	---

D.3. La spécificité de Via Alpina

D.3.1. La direction met en place une gestion au niveau national, régional et local afin de prendre en compte la taille du projet

<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'itinéraire a été divisé en sections locales et en régions (voir note en I.B.3.).</p> <p>Des personnes locales et/ou des organisations sont désignées comme responsables.</p> <p>Des accords spécifiques sont conclus dans les sections locales et les régions avec des organisations responsables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des sentiers et du balisage ; - Du développement touristique ; - Des structures commerciales et professionnelles. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>La gestion locale est suffisamment efficace pour développer un certain niveau d'autonomie par rapport aux niveaux nationaux et internationaux de Via Alpina.</p>
---	--

D.3.2. Une politique efficace pour motiver les acteurs est mise en place	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina demande l'opinion de ses partenaires le plus souvent possible.</p> <p>La Structure Via Alpina développe des instruments et lance régulièrement des initiatives pour motiver ses partenaires (clubs, réseaux, défis, échanges d'expérience) en conformité avec le guide Qualité.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les personnes locales sont suffisamment motivées pour promouvoir le projet Via Alpina et intégrer d'autres activités touristiques et de développement.</p>
D.3.3. La direction s'assure que l'esprit Via Alpina est conservé	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>La Structure Via Alpina a adopté Internet comme son principal outil de développement.</p> <p>Les différentes politiques et projets gérés par la Structure Via Alpina comprennent les quatre éléments de l'esprit Via Alpina :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ils permettent la découverte du monde unique et diversifié des Alpes ; - Ils permettent la découverte de la nature et des montagnes à pieds ; - Ils créent un lien, un réseau le long de toute la chaîne alpine ; - Ils apportent de l'aide et agissent comme catalyseur pour le développement durable des territoires alpins. 	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>L'exemple de Via Alpina stimule les échanges dans toutes les Alpes à ce sujet.</p>
D.3.4. Les pratiques de la Structure Via Alpina sont respectueuses de l'environnement	
<p><i>Normes minimales</i></p> <p>L'efficacité énergétique est prise en compte dans la planification et la réalisation des déplacements professionnels.</p> <p>La minimisation des déchets et l'efficacité énergétique sont prises en compte pour la production et la distribution de documents et de matériel.</p>	<p><i>Objectifs souhaitables</i></p> <p>Les bureaux de la Structure Via Alpina sont bien isolés afin de limiter la perte d'énergie.</p> <p>Les bureaux organisent la collecte sélective et le recyclage des déchets (papier, carton, verre, plastique, cartouches d'encre, etc.).</p> <p>Les bureaux utilisent l'énergie renouvelable et (dans la mesure du possible) des appareils à faible consommation énergétique (ampoules électriques, chasses d'eau, thermostats, etc.).</p> <p>Les bureaux utilisent des produits possédant un « Éco-label ».</p>

E. OUTILS ET METHODES

1. Pour mesurer la qualité

Il est indispensable de disposer d'un questionnaire simple afin de mesurer la satisfaction des clients. Il serait possible de faire remplir ce questionnaire par un groupe de « randonneurs partenaires de la Via Alpina » (cf. F.2.d) .

Les réponses pourraient être analysées via Internet par la Structure Via Alpina et les résultats seraient pris en compte au niveau local.

Les très bons résultats pourraient être utilisés comme exemples à suivre.

Des solutions devraient être trouvées quand les résultats sont insuffisants.

Une grille d'évaluation de la qualité pourrait être également utilisée pour mesurer la qualité des points essentiels des prestations.

2. Pour améliorer la qualité

- **Définir les objectifs de qualité**
 - Utiliser les objectifs stratégiques définis dans le guide Qualité.
 - Utiliser les objectifs concrets définis dans la rubrique correspondante du Manuel Qualité.
- **Inciter le changement**
 - Encourager les bonnes pratiques et les bons exemples en envoyant un guide Qualité à chaque personne responsable au niveau local et à chaque gestionnaire d'hébergement.
 - Faire comprendre l'importance de la qualité aux responsables locaux.
 - Organiser régulièrement des ateliers sur les différents aspects de la qualité et sur le projet Via Alpina avec les différents partenaires et les acteurs locaux afin de les motiver.
 - Communiquer les résultats des études aux gestionnaires.
 - Donner des avantages marketing aux structures satisfaisant les normes Via Alpina (ou les lignes directrices) et les chartes et/ou

adhérent aux réseaux d'hébergement sélectionnés.

- Organiser la remise de récompenses aux meilleurs établissements.

- **Accompagner le changement**

- Transmettre aux personnes locales des informations sur la manière d'aider les gestionnaires d'hébergements.
- Avoir recours aux formations locales d'amélioration de la qualité existantes.

3. Pour garantir la qualité

- Avoir recours à des réseaux nationaux et régionaux (labels).
- Recourir aux chartes Qualité de la Via Alpina.
- Inciter les partenaires à valider leurs efforts Qualité par des normes internationales (ISO, HACCP = Hazard Analysis and Critical Control Point, EFQM = European Foundation for Quality Management etc.).
- Utiliser des enquêtes de satisfaction des clients pour contrôler la qualité.

Voir aussi Références (IV.A.1) pour des exemples précis des divers outils.

F. MARCHE A SUIVRE

1. Etapes stratégiques

1. Clarifier les règles, les moyens et la stratégie de la Via Alpina

Les règles, les moyens et la stratégie de la Via Alpina ne sont pas encore totalement clairs. Il est difficile de mettre en place une démarche Qualité lorsque certains éléments de la stratégie générale ne sont pas spécifiés.

Les principaux points d'interrogation sont :

- Quelle est la définition de la structure de gestion de la Via Alpina et son évolution potentielle ?
- Quelles sont ses missions ?
- Quels sont ses moyens ?
- Comment financera-t-elle ses propres activités à l'avenir ?

2. Certains éléments des différentes politiques doivent également être spécifiés

Quelle est la politique relative aux itinéraires ?

La raison d'être et le positionnement marketing des différents itinéraires, des itinéraires secondaires et les réseaux d'itinéraires pourraient être plus clairs. Une définition plus précise permettrait de satisfaire les différents critères de qualité relatifs à l'information et au marketing.

Certains professionnels de la randonnée pensent que le choix des itinéraires pourrait être amélioré dans certaines régions. Dans certains cas par exemple, les liaisons avec les transports publics ne sont pas suffisantes et les itinéraires comportent de trop nombreuses difficultés techniques. Une réflexion est souhaitable afin de trouver des itinéraires alternatifs.

Quelle est la politique concernant la vente de séjours organisés ?

Il est nécessaire de faire un choix stratégique pour la distribution des produits. Différentes solutions sont possibles, par exemple :

- La Structure Via Alpina présente simplement les différents produits sur son site Internet (pas de rémunération) ;
- La Structure Via Alpina demande à être rémunérée pour les liens commerciaux Internet (rémunération fixe)
- Les voyageurs peuvent vendre leurs produits via le site de la Via Alpina dès l'instant qu'ils payent une commission sur chaque vente en ligne (rémunération à la vente) ;
- La Via Alpina devient une agence de voyages et vend elle-même les produits.

Dans le même ordre d'idées :

Quelle est la stratégie de développement pour les guides Via Alpina ?

Quelle est la stratégie de développement pour les cartes Via Alpina ?

2. Stade opérationnel

Les outils et les méthodes pour mettre en œuvre la Stratégie Qualité doivent être spécifiés avant le stage opérationnel. Deux niveaux de mise en œuvre régissent ce choix : le niveau local et le niveau général de la Via Alpina.

a) Outils et méthodes pour les politiques locales : utiliser les territoires pilotes

Il est envisageable de ne proposer qu'un « cadre général pour les chartes et méthodes », pouvant être adapté et finalisé dans chaque territoire pilote par des groupes de responsables locaux.

Les principaux outils et méthodes pourraient être :

- Des questionnaires sur le degré de satisfaction et des enquêtes ;
- Une charte qualité pour les itinéraires ;
- Des chartes Qualité pour l'hébergement et les services ;
- Une charte qualité pour la politique de marketing locale ;
- Des partenariats avec les labels locaux et nationaux ;
- Des accords avec les différentes institutions locales et régionales.

Mettre en place des expériences pour améliorer la méthode dans des territoires pilotes

La meilleure manière d'organiser la démarche Qualité pour la Via Alpina est de l'initier dans des territoires pilotes afin de tester la méthode et de l'améliorer. Une des solutions est d'utiliser des projets Interreg basés sur la Stratégie Qualité pour les territoires de randonnée autour de la Via Alpina.

Pour ces actions pilotes, il est important de prendre certaines questions en compte :

- Il pourrait être utile pour les personnes responsables des actions d'avoir une « feuille de route » pour mettre en place la Stratégie Qualité au niveau local. Ce document très clair doit expliquer les règles à suivre, les objectifs à atteindre et les différents stades de l'opération.
- Dans les premiers stades de l'opération, il est important d'avoir l'aide de personnes spécialisées dans la qualité.
- Il est important au début de clarifier quelles sont les structures locales responsables de l'opération.
- Il est important que les résultats des tests pilotes soient partagés par tous les territoires de la Via Alpina.

b) Outils et méthodes pour mettre en place la Stratégie Qualité au niveau de la Via Alpina

Six points sont à prendre en considération pour la mise en œuvre de la Stratégie Qualité :

1. Finaliser les différentes bases de données, les méthodes et les chartes requises

- Charte de communication
- Charte pour les voyageurs
- « Guide de l'utilisateur » pour établir des relations avec les médias et pour l'organisation d'événements locaux
- Méthode de collecte d'informations auprès des « randonneurs partenaires de la Via Alpina » via Internet
- Méthode de motivation des responsables locaux
- Méthode de collecte d'informations sur les événements de communication
- Base de données d'« organismes et de personnes responsables » au niveau local et régional (voir Références)
- Identification des régions pilotes et des personnes responsables potentielles (voir Références)
- Liste des agences réceptives et des voyageurs spécialisés
- Outils pour une gestion de projet efficace.

2. Conclure des accords avec des réseaux existants et des labels reconnus

- Il est très important d'utiliser aussi souvent que possible des réseaux et des labels existants, principalement en ce qui concerne l'hébergement. Seuls les réseaux et les labels existants ont suffisamment de moyens pour mesurer, améliorer et garantir la qualité des différents services.
- Contacter les différents réseaux identifiés (voir Références).
- Conclure un accord avec eux afin d'utiliser un label commun pour les territoires de la Via Alpina. Cet accord peut se fonder sur :
- Une évolution de leur charte, en respectant les normes minimales de la Via Alpina ;
- L'ajout d'une simple clause supplémentaire à leur charte dans les territoires Via Alpina.

3. Mettre en place le processus marketing

- Faire prendre conscience aux agences réceptives et aux voyagistes des possibilités qu'offre la Via Alpina.
- Créer un réseau professionnel de la Via Alpina sur Internet pour les agences réceptives et les voyagistes.
- Établir des procédures pour vendre des produits via le site Internet de la Via Alpina.

4. Mettre en place le processus de motivation

- Envoyer fréquemment des informations et des messages de motivation, via Internet, aux personnes impliquées dans le projet Via Alpina.
- Mettre en place les différents outils : prix, récompenses, ateliers, voyages d'étude, articles, etc.

5. Mettre en place le processus médiatique

- Créer une base de données dynamique de journalistes susceptibles d'être intéressés par la Via Alpina.
- Créer un réseau professionnel de la Via Alpina par Internet pour les responsables locaux et les journalistes.

6. Mettre en place une politique locale

- Contacter des territoires locaux identifiés et les encourager à monter un projet transnational en se basant sur la Stratégie Qualité.
- Développer un processus de communication clair pour les premiers territoires pilotes.

c) Mission suggérée pour la Structure Via Alpina

- La Structure Via Alpina élabore les règles (entretien, réservation, vente et transmission de

l'information), les politiques et les outils, et veille à leur application.

- La Structure Via Alpina prépare les différents éléments de communication (logo, message, documents imprimés) et les règles (charte), et adapte le message principal aux différents niveaux géographiques (régions et localités).
- La Structure Via Alpina entreprend des actions (de communication, de marketing, etc.) au niveau européen.
- La Structure Via Alpina conclue des accords avec différents réseaux ou organismes publics disposant d'une charte qualité ou ayant mis en place des démarches qualité pour répondre aux attentes des randonneurs et promeneurs.
- La Structure Via Alpina encourage et motive (chartes, défis, clubs, etc.) les personnes concernées par l'élaboration de mesures l'amélioration de la qualité du produit.
- La Structure Via Alpina conclut des accords avec les agences réceptives sur la base d'un respect de la charte qualité et définit le type de séjours organisés pouvant être vendus (format des séjours adapté aux principaux objectifs).
- La Structure Via Alpina développe les bases de la politique de ventes en utilisant des contacts directs avec les voyagistes et les agences de voyages.
- La Structure Via Alpina reçoit des informations et des données de la part de ses différents partenaires.
- La Structure Via Alpina gère les entrées d'argent et commence à réfléchir à de futurs produits dérivés de la Via Alpina.
- La Structure Via Alpina étudie le développement d'un réseau entre tous les intervenants via internet.

d) Le concept de randonneur partenaire de la Via Alpina

Les randonneurs qui empruntent la Via Alpina doivent être considérés autant comme des partenaires que comme des clients. Certains d'entre eux pourraient évaluer régulièrement la qualité du produit.

Le « randonneur partenaire de la Via Alpina » est une personne qui utilise les itinéraires de la Via Alpina et collabore avec son organisation pour améliorer la qualité des services et assurer le respect de l'esprit de la Via Alpina.

Il est donc important :

- d'informer le client via le site Internet de l'existence du concept de randonneur partenaire,
- de leur donner une définition de l'esprit de la Via Alpina,

- d'avoir des questionnaires simples et interactifs sur Internet pouvant être facilement remplis par un randonneur,
- d'avoir un système de logiciel sur Internet permettant de regrouper et d'analyser directement les données,
- de motiver le randonneur en lui accordant des avantages particuliers, comme l'adhésion à un club, des informations régulières et des cadeaux commerciaux (réductions sur les tarifs, etc.).



III. BONNES PRATIQUES

Exemples d'initiatives qualité



Aperçu:

Exemple de bonne pratique	Itinéraires	Hébergement	Restauration	Services	Marketing	Pays
Concept de réseau d'itinéraires de randonnée du Vorarlberg	x					Autriche
Parc de biosphère Großes Walsertal				x	x	Autriche
Wanderdörfer		x		x		Autriche
Europa Wanderhotels		x				Autriche, Italie, Allemagne, Suisse
Rando Accueil		x				France
Mare e Monti	x					France
Retrouvance	x				x	France
Rando Village				x	x	France
Viabono		x	x	x		Allemagne
Rothaarsteig	x					Allemagne
Charte qualité des services des refuges de montagne du Trentin		x				Italie
Assorifugi – Association des refuges de montagne Frioul Vénétie Julienne et Cadore		x		x	x	Italie
Projet de recherche et d'activité des refuges de montagne de la Vallée d'Aoste (Certification environnementale UNI EN ISO 14001)		x				Italie
Le Grand Sentier Walser (partie des Alpes du Sud)	x				x	Italie, Suisse
Charte d'Excellence du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration		x	x	x		Monaco
Via Spluga – itinéraire culturel et de grande randonnée (Thusis, CH – Chiavenna, I)	x				x	Suisse, Italie
Label de qualité pour le tourisme suisse				x		Suisse



A. AUTRICHE



	CONCEPT DE RÉSEAU D'ITINÉRAIRES DE RANDONNÉE DU VORARLBERG	 ITINÉRAIRES
Brève définition	<p>Il s'agit d'un concept régional reposant sur un modèle suisse. Des normes standardisées (balisage, signalétique, entretien) doivent établir un réseau de randonnée de haute qualité, évoluant vers une offre d'infrastructure sur toute l'année pour les visiteurs et les habitants. Ceci est basé sur des études sur les nouveaux types de divertissement, montrant que la randonnée est de loin l'activité favorite des visiteurs en été.</p>	
Territoires et intervenants	<p>Ceci est le premier concept d'itinéraire de randonnée en Autriche. Maintenant, d'autres régions autrichiennes suivent cet exemple. Plusieurs années sont nécessaires pour développer un tel concept. Les concepts modernes doivent être compatibles avec les pays ou régions avoisinantes. Le concept de Vorarlberg est compatible aux réseaux de randonnée similaires créés en Suisse, au Liechtenstein et bientôt dans la partie allemande du lac de Constance.</p>	
Organismes responsables	<p>Le service gouvernemental de la planification régionale de la région du Vorarlberg chapeaute le concept. Les critères doivent être remplis par les communes de la région avec l'assistance de bureaux de planification indépendants. Les autres acteurs sont les offices de tourisme, les bénévoles et les services techniques des communes.</p>	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>Une fois le projet terminé, les randonneurs étrangers trouveront un réseau permettant une organisation plus flexible de l'itinéraire. Ceci leur permet de réagir aux côtés imprévisibles de toute randonnée dans les régions alpines (blessures, retards, mauvaise météo ou, au contraire, des nouveautés intéressantes).</p>	
Nombres et type de clients	<p>Vorarlberg compte au total 6 000km d'itinéraires. 90% sont balisés et signalés. Le concept a commencé sur une zone de 2 400 km² en 1995 et le projet devrait être terminé en 2005 ou 2006.</p>	
Processus d'élaboration	<p>Le concept de réseau d'itinéraires de randonnée comprend les points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des principes directeurs communs - Le processus d'élaboration du réseau d'itinéraires - Médiation des intérêts - Construction et entretien - Signalétique directionnelle - Signalétique standardisée - Balisage - Equipement additionnel (numérisation pour Systèmes d'Information Géographique, panneaux d'informations) - Cartes et guides - Coordination et financement. 	
Résultats observés en terme de qualité et économie (positif☺/ négatif☹)	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Très bon réseau d'itinéraires, uniforme, balisé sans interruption. ☺ Un randonneur ne connaissant pas les lieux peut compter sur une information utile sur les destinations et la durée des randonnées. ☺ Le tourisme régional bénéficie des nouvelles opportunités de marketing grâce à une nouvelle et excellente infrastructure. ☹ La création d'un bon réseau local d'itinéraires nécessite souvent plus de deux années ☹ Sans bénévoles pour l'entretien dans les communes, la réalisation du projet est très difficile. 	
Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	<p>Au vu de cet exemple, il semble très important que les régions de la Via Alpina développent des concepts de réseaux de randonnée durables au niveau local et régional (au-delà de la signalétique spécifique de la Via Alpina). La Via Alpina et tous les autres itinéraires de grande randonnée nécessitent une grande flexibilité. Un concept de réseau de randonnée avec un balisage, une signalétique et un entretien uniformes augmente la valeur de la Via Alpina en tant qu'itinéraire de grande randonnée de qualité (grâce à la flexibilité). De plus, il existe d'importants effets de synergie, afin de résoudre et de réduire le problème de l'entretien.</p>	

Pour plus d'informations	www.vorarlberg.at/doc/wanderkonzept_pku.doc (en allemand uniquement) DI Manfred Kopf, Landhaus, A-6901 Bregenz +43 (0) 5574 / 511 – 27119, manfred.kopf@vorarlberg.at
---------------------------------	--



 <p>Biosphärenpark Großes Walsertal</p>	<p>PARC DE BIOSPHERE GROßES WALSSERTAL</p>	 <p>SERVICES & MARKETING</p>
<p>Brève définition</p>	<p>L'UNESCO est l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Elle a lancé le programme « l'Homme et la Biosphère » en 1970 (MAB : Man and the Biosphere). Un des projets est l'établissement d'un réseau mondial de réserves de biosphère. Depuis, 393 réserves de biosphère dans 94 pays ont été créées.</p>	
<p>Territoires et intervenants</p>	<p>Dans la vallée Großes Walsertal au cœur de la région du Vorarlberg, Autriche, directement sur l'itinéraire rouge de la Via Alpina. La Großes Walsertal compte 3 500 habitants et une superficie de 192 km². La densité de population y est très faible. Le parc de biosphère fut lancé en juillet 2000. Après le désastre causé par une avalanche en 1954, le dépeuplement de la vallée était devenu une question préoccupante.</p>	
<p>Organismes responsables</p>	<p>Le projet a été lancé par l'association pour la planification régionale (REGIO) de la Großes Walsertal. Elle se compose des six communes de la vallée et de leurs habitants. La phase préparatoire a reçu le soutien des autorités régionales du Vorarlberg (bureaux sur les problématiques à venir) et l'administration du district de Bludenz (Bezirk).</p>	
<p>Origine et objectifs de l'initiative</p>	<p>Le parc de biosphère de Großes Walsertal doit être une ouverture pour le développement à venir des habitats locaux et régionaux et de leurs habitants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La préservation durable de la nature et du paysage est une question centrale des réserves de biosphère. - Des mesures supplémentaires sont prises dans le domaine social, culturel et économique. - La Großes Walsertal doit se développer à travers une interconnexion raisonnable des différents domaines mentionnés ci-dessus en un espace de vie de valeur et une région vivante pour les générations futures. - Le tourisme est un secteur économique par lequel la valeur ajoutée nécessaire au développement d'une capacité d'action autonome sera engrangé. - Le label « Parc de biosphère » est la caractéristique centrale pour le marketing touristique commun de la Großes Walsertal. 	
<p>Nombres et type de clients</p>	<p>Des touristes sensibilisés à la nature, recherchant le calme et la détente, un public typique de randonnée.</p>	
<p>Processus d'élaboration</p>	<p>Divers projets, regroupés sous de mêmes appellations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « Bergholz » (synergies utilisant du bois de montagne) - « Genusspecht » (produits culinaires de la région) - « Walser Eigenart » : l'identité des Walser (vente artisanale) - « Bergkräutertee » : infusion des montagnes - « Wanderbus » : autocar pour les randonneurs - « Touristische Partnerbetriebe Biosphärenpark » : hébergement touristique dans le parc de biosphère - « Lawinenlehrpfad Blons » : itinéraire didactique consacré aux avalanches - « Abenteuer Biosphärenpark » (Aventure dans le parc de biosphère) : Semaines et journées pour les écoles, familles et visiteurs du parc de biosphère, avec un personnel formé pour faire découvrir la nature et le patrimoine culturel. <p>Produits culinaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « Die köstliche Kiste » (la caisse des délices) est une initiative pour développer le marketing direct des produits locaux et des produits fermiers du parc de biosphère. La « Köstliche Kiste » est une caisse en bois, remplie de spécialités gastronomiques. Tous les produits viennent directement de la ferme. - « Walserstolz » : (Fierté des Walser) Les fermiers de la Großes Walsertal se sont unis pour commercialiser leurs produits, tout spécialement un fromage de montagne de haute qualité particulier. Le « Walserstolz » est fabriqué dans sept fromageries d'alpage différentes. 	

<p>Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Les habitants se sentent réellement concernés par la réserve de biosphère ☺ De nouveaux produits émanent de cette initiative ☺ La vallée soutient un tourisme durable, en conformité avec le concept directeur, et utilise des synergies permettant de pérenniser l'existence de la population. ☺ Lauréat du prix européen pour la modernisation des villages en 2002 ainsi que du titre de « Commune du futur 2003 » décerné par le réseau « Alliance dans les Alpes » sur la base de ses activités visant au développement durable de la région. ☺ Réseau de randonnées flambant neuf (marquage et signalétique bien entretenus) ☹ Le tourisme de randonnée n'est pas assez développé. Un fort potentiel reste encore à exploiter. Il est nécessaire de lancer d'autres initiatives, dans le secteur de la Via Alpina.
<p>Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina</p>	<p>De nombreuses régions dans les Alpes ont le même potentiel que la Großes Walsertal. C'est un très bon exemple de bonnes pratiques à présenter à d'autres régions (organisation d'excursions).</p>
<p>Pour plus d'informations</p>	<p>www.grosseswalsertal.at (uniquement en allemand) Geschäftsstelle Biosphärenpark Großes Walsertal Jagdbergstr. 272, A- 6721 Thüringerberg T +43 (0)5550 20360, F +43 (0)5550 20370, biosphaerenpark@grosseswalsertal.at</p>


	<p style="text-align: center;">WANDERDÖRFER</p>	 <p style="text-align: center;">HEBERGEMENT & SERVICES</p>
<p>Brève définition</p>	<p>« Wanderdörfer » (Villages de randonnée) est une fédération bénévole de nombreuses régions touristiques d’Autriche avec l’aide de l’agence autrichienne officielle du marketing touristique. Il s’agit d’une plate-forme de coopération et de réservation pour les randonnées.</p>	
<p>Territoires et intervenants</p>	<p>Dans toute l’Autriche.</p>	
<p>Organismes responsables</p>	<p>Agence autrichienne du marketing touristique, 46 offices de tourisme dans 7 régions autrichiennes (dont de nombreux dans des villages). Coopération avec Lowa (chaussures de marche), Kastner&Öhler/Gigasport (équipement sportif), Larca (équipement d’extérieur), Wandermagazin (magasin sur la randonnée) et la plate-forme internet : www.rad-wandern.de</p>	
<p>Origine et objectifs de l’initiative</p>	<p>Une plate-forme commune pour les destinations touristiques pour offrir des séjours organisés à un bon prix.</p>	
<p>Nombres et type de clients</p>	<p>Toutes catégories : du moyennement confortable au meilleur niveau de confort dans le secteur de la wellness.</p>	
<p>Processus d’élaboration</p>	<p>L’offre comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Différents séjours de randonnées spécifiques ; - Hôtels ; - Pensions ; - Chambres chez l’habitant ; - Refuges, auberges et auberges de jeunesse ; - Appartements de vacances ; - Pensions de famille ; - Fermes. 	
<p>Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Stimulation du tourisme local de randonnée. ☺ Les destinations et hébergement touristiques bénéficient d’une plate-forme commune de marketing (présence sur Internet et offres spéciales de réservation). ☺ Peut encore être agrandi – un avantage : fort potentiel. ☹ Peut encore être agrandi – un inconvénient : pas représentatif de toute l’Autriche (les non-membres peuvent aussi avoir une bonne infrastructure de randonnée, voire une encore meilleure). ☹ L’infrastructure de randonnée présente encore des défaillances. 	
<p>Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina</p>	<p>Très bon label avec une structure de grande qualité, pouvant être utilisée pour une coopération avec la Via Alpina Les séjours organisés de la Via Alpina peuvent être proposés de manière efficace sur cette plate-forme.</p>	
<p>Pour plus d’informations</p>	<p>www.wanderdoerfer.at Österreichs Wanderdörfer, Unterwollaniger Straße 53, A-9500 Villach Info-Hotline: +43 (0) 4242 / 257531, F +43 (0) 4242 / 21 66 30, wanderdoerfer@tao.at</p>	



	<p style="text-align: center;">EUROPA WANDERHOTELS</p>	 <p style="text-align: center;">HEBERGEMENT</p>
<p>Brève définition</p>	<p>Les hôtels« Europa Wanderhotels » (hôtels de randonnée européens) sont un exemple de coopération entre les hébergements hôteliers. Ils se présentent sur le marché comme spécialistes d’aventures en montagne et de nature. Leur caractère unique vient du fait qu’ils s’adressent à des clients haut de gamme et qu’ils ont une offre faisant appel à des personnes vivant et travaillant dans les Alpes. Ceci devrait garantir une qualité élevée du produit randonnée.</p>	
<p>Territoires et intervenants</p>	<p>Autriche, Suisse, Italie (Haut Adige) et Allemagne (sans la Bavière).</p>	
<p>Organismes responsables</p>	<p>Association de marketing spécifique des des Wanderhotels. Fondateur : Eckkart Mandler (hôtel de Carinthie). 62 membres au total.</p>	
<p>Origine et objectifs de l’initiative</p>	<p>Accroître le tourisme d’été, qui ne jouit pas de la même popularité que le tourisme d’hiver. Les standards doivent garantir un séjour de randonnée confortable aux visiteurs.</p>	
<p>Nombres et type de clients</p>	<p>La plupart des hôtels ont 3 ou 4 étoiles.</p>	
<p>Processus d’élaboration</p>	<p>10 normes minimales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Service personnalisé - Paysages splendides - Des vacances organisées par des professionnels de la randonnée - Programmes de randonnées et de visites - Location d’équipement - Stand d’informations sur les randonnées - Taxi et autocar pour les randonneurs - Relaxation - Cuisine savoureuse et saine - Protection de la nature et écologie 	
<p>Résultats observés en terme de qualité et économiques (positif☺/ négatif☹)</p>	<p>☺ Valorisation du tourisme local de randonnée grâce à une initiative hôtelière. ☺ Les hôtels bénéficient d’une plate-forme de marketing commune (Internet et réservation directe). ☹ Danger d’une concurrence excessive et de la limitation du nombre de membres.</p>	
<p>Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina</p>	<p>Bon label, évoluant dans le secteur privé. La Via Alpina a besoin de telles plates-formes pour les hébergements 2 et 3 étoiles, les auberges de jeunesse et les campings.</p>	
<p>Pour plus d’informations</p>	<p>www.wanderhotels.com (en allemand, anglais et italien) Europa Wanderhotels, Postfach 100, A-9773 Irschen, europa@wanderhotels.com</p>	



B. FRANCE

	RANDO ACCUEIL	 HEBERGEMENT
Brève définition	Rando Accueil est un programme national pour l'organisation de services d'hébergement visant à répondre aux différentes attentes des randonneurs et des promeneurs.	
Territoires et intervenants	Alpes, Provence, Pyrénées, Massif Central, Jura, Bretagne, Loire Atlantique, Nièvre.	
Organismes responsables	Rando Accueil est une marque déposée appartenant à l'association Rando Accueil. Cette dernière est une association de diverses structures pour le développement des activités de randonnée (Grande Traversée des Alpes GTA dans les Alpes, Grandes Traversées du Jura GTJ dans le Jura, Chamina dans le Massif Central, Randonnées Pyrénéennes (n'existe plus), Association Bretonne des Abris et Itinéraires ABRI en Bretagne, Comité régional du tourisme de la Loire Atlantique, Rando-Nièvre).	
Origine et objectifs de l'initiative	Le label Rando Plume a été le premier créé, en 1993. Le but était d'offrir une alternative d'hébergement aux randonneurs souhaitant découvrir une région en famille ou entre amis, en séjournant dans un lieu confortable avec un bon rapport qualité / prix : plus de confort, un accueil et des services meilleurs. Il s'agit en général d'établissements avec beaucoup de caractère avec des chambres disposant en moyenne de quatre lits et d'une douche. On peut souvent y manger une excellente cuisine locale. Le label regroupe maintenant 140 membres et encourage la professionnalisation des gestionnaires de ce qui est désigné comme une « très petite entreprise touristique ». Le programme Rando Accueil complet a commencé en 2002. Aujourd'hui, son objectif est d'améliorer la qualité des services pour les promeneurs, les randonneurs et les amateurs d'activités en plein-air dans un éventail varié de structures d'hébergement.	
Nombres et type de clients	L'identification du type de clientèle est en cours. Les premiers résultats étaient attendus pour l'automne 2004.	
Processus d'élaboration	Cinq labels correspondant à cinq différents types d'hébergement - Pour les pensions : Rando Plume, depuis 1993 - Pour les gîtes : Rando Gîte, depuis 2002 - Pour les hôtels : Rand'Hôtel, depuis 2002 - Pour les campings : Rando Toile, depuis 2004 - Pour les refuges de montagne : Rando Refuge (en cours de développement, pas avant 2005) Chaque label dispose d'une charte qualité basée globalement sur les mêmes principes : - La qualité de l'accueil, - L'âme de l'établissement (extérieur et intérieur) - Les services spécifiques permettant au client de découvrir le patrimoine naturel et culturel : zone d'informations sur les randonnées (cartes, guides récents, documents sur la région), accès facile aux activités de plein-air (informations, location de matériel, mise en contact avec des encadrants professionnels), pièce de stockage du matériel et de séchage des vêtements, l'hôte lui-même a une bonne connaissance de la région, restauration de qualité faisant appel aux produits locaux et adaptée à l'effort physique, ou possibilité de préparer son propre repas (selon la catégorie), incorporation au concept de la signalétique. L'initiative se base sur : - Les garanties des chartes pour les clients - Un programme de formation permettant aux gestionnaires de renouveler leurs connaissances et leur savoir-faire - Un plan marketing comprenant une brochure, un site Internet, une publicité sur des salons, des relations avec la presse - Une campagne annuelle de contrôle par des « clients-mystère » - Une gamme d'outils pour les gestionnaires afin de les aider à organiser leurs offres d'activités.	



<p>Résultats observés en terme de qualité et économiques (positif☺/ négatif☹)</p>	<p>Pour Rando Plume :</p> <ul style="list-style-type: none"> ☺ Un très bon niveau de satisfaction du client. ☺ Un bon développement du réseau dans les zones où il existe une entente étroite entre Rando Accueil et les Départements, les Régions et les organisations de développement local. ☹ Pas encore assez connu ☹ Résultats limités de la politique de vente ☹ D'après les premières études, les « très petites entreprises touristiques » sont rentables. Toutefois, leur gestion demande beaucoup de temps et d'énergie, ce qui conduit les gestionnaires à désigner leur activité comme n'étant pas rentable (écart entre la représentation qu'ils ont de leur activité et la réalité). <p>Des outils sont en cours de création pour obtenir des résultats économiques pour les autres labels.</p>
<p>Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina</p>	<p>Certains éléments spécifiques des chartes (informations, atmosphère etc.) Le contenu des chartes est adapté pour convenir à différents types d'hébergement. Méthodes de collaboration avec les structures de développement départementales pour un ancrage local.</p>
<p>Pour plus d'informations</p>	<p>www.rando-accueil.com (en français uniquement), www.hebergements-alpes.com Grande Traversée des Alpes, 14 rue de la République BP 227, F- 38019 Grenoble cedex T +33 (0) 4 76 42 08 31, F +33 (0) 4 76 42 87 08, gta@grande-traversee-alpes.com</p>

MARE E MONTI		 ITINERAIRES
Brève définition	Un itinéraire de randonnée de 10 jours passant par les côtes et l'intérieur de l'île Corse.	
Territoires et intervenants	Partie ouest de la Corse (de Calenzana à Cargèse), dans le parc naturel régional.	
Organismes responsables	Parc naturel régional de Corse.	
Origine et objectifs de l'initiative	Utiliser la randonnée pour développer l'intérieur du territoire et créer des emplois, principalement durant le printemps et l'automne.	
Nombres et type de clients	80% des clients sont français, restent généralement en Corse pendant une semaine et marchent entre 4 et 5 heures par jour. Environ 8 000 randonneurs empruntent cet itinéraire chaque année.	
Processus d'élaboration	<ul style="list-style-type: none"> - Études préalables sur les nouvelles tendances de la randonnée. - Création d'itinéraires ou restauration d'anciens chemins empruntés par les moutons et passant par les villages. - Division de l'itinéraire en sections de 4 ou 5 heures par jour. - Création ou restauration d'hébergements (escales d'un soir) dans les villages. Le parc régional en est à l'origine, et l'hébergement est géré par le secteur privé. - Mise en place d'une charte qualité pour l'hébergement - Action marketing (contact avec les médias, guides, site Internet, contact avec les voyagistes, etc.). 	
Résultats observés en terme de qualité et économiques (positif😊/ négatif😞)	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Un niveau correct de satisfaction du client. 😊 Un nombre satisfaisant de clients. 😊 Bonne notoriété et image positive. 😞 Il existe des difficultés pour contrôler et réellement mettre en place la charte sur l'hébergement. 😞 Il est difficile pour les randonneurs d'organiser leur itinéraire avec les transports publics. 😞 La qualité de l'accueil et de l'hébergement est variable. 	
Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	Prise en compte de la qualité environnementale dans le choix de l'itinéraire et dans le travail effectué pour les itinéraires et le paysage Charte Qualité pour les gestionnaires d'hébergements.	
Pour plus d'informations	www.parc-naturel-corse.com Parc naturel régional de Corse, Service Tourisme et Randonnée, 2, rue Casalonga, F- 20000 AJACCIO T +33 (0) 4.95.51.79.00 F +33 (0) 4.95.21.88.17	



	RETRouvance	 ITINERAIRES & MARKETING
Brève définition	Itinéraire de randonnée de plusieurs jours, dans une région abandonnée à la fin du 19 ^{ème} siècle.	
Territoires et intervenants	Une partie de la petite vallée sauvage et peu connue du Buëch, dans les Hautes-Alpes. Dans cette zone il n'y a pas d'infrastructure, de téléphone ou d'électricité et pas de route goudronnée.	
Organismes responsables	La Grande Traversée des Alpes (GTA) a réalisé les études préliminaires, et l'Office national des forêts (ONF) gère l'opération.	
Origine et objectifs de l'initiative	Essayer de redonner une valeur à cette zone abandonnée grâce à la randonnée et au sentiment de « retour aux sources ».	
Processus d'élaboration	<ul style="list-style-type: none"> - Études préliminaires - Création d'hébergements appropriés et d'itinéraires - Travail avec les différents professionnels du tourisme (guides, gestionnaires d'hébergements, responsables des forêts, etc.) - Un seul organisme (ONF) pour gérer l'itinéraire, la plupart de l'hébergement, les professionnels concernés et la politique marketing. - Une politique de vente basée essentiellement sur les contrats passés avec les voyagistes et les agences de voyages. <p>Ce produit « six jours/cinq nuits » est géré uniquement par l'ONF et les diverses personnes concernées. Ce produit peut être vendu au client par l'ONF, par une agence de voyage ou un voyagiste spécialisé dans la randonnée.</p>	
Résultats observés en terme de qualité et économiques (positif☺/ négatif☹)	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Très bon niveau de satisfaction du client. ☺ Bon niveau de ventes. ☹ Il est pratiquement impossible pour les voyagistes de personnaliser leur produit. 	
Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	La politique de ventes avec les voyagistes Le contrôle de la qualité du produit	
Pour plus d'informations	www.retrouvance.com Office du Tourisme "Maison de pays", Avenue Commandant Dumont, F- 05400 VEYNES T (33) 04 92 57 27 43 / F. (33) 04 92 58 16 18, Tourisme.Veynois@wanadoo.fr	

	<h2 style="color: #0056b3; margin: 0;">RANDO VILLAGE</h2>	 <b style="color: #92d050;">SERVICES & MARKETING
Brève définition	<p>« Rando Village » est une initiative pour labelliser les communes ou les groupes de communes offrant des randonnées, des promenades et des activités de plein-air intéressantes.</p>	
Territoires et intervenants	<p>Pour l’instant, seules des territoires (communes ou communautés de communes) d’Auvergne sont concernées, mais le label pourrait s’étendre à toute la France.</p>	
Organismes responsables	<p>Rando Village est une marque déposée appartenant à Chamina (la structure homologue de l’association Grande Traversée des Alpes pour le Massif Central).</p>	
Origine et objectifs de l’initiative	<p>Essayer de présenter le territoire d’une manière à garantir aux touristes toute la panoplie de l’offre touristique (hébergement, services, information, divertissement, activités, etc.).</p>	
Processus d’élaboration	<p>Les communes souhaitant adhérer doivent remplir un formulaire. Une grille d’analyse est utilisée pour établir un diagnostic. Une charte qualité définit les conditions requises pour devenir membre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L’existence d’au moins un village animé dans les environs - Un certain nombre de balades intéressantes de différents niveaux et des activités variées (randonnée, V.T.T., équitation, raquettes, etc.). - Différentes catégories d’hébergements comprenant plusieurs réseaux nationaux - Divertissement et services dans les villages - Qualité de l’information transmise (documents, personne responsable de fournir des informations sur les activités, etc.) <p>Un accord d’une année est conclu entre Chamina et les autorités locales. Il existe un processus de contrôle. Une aide financière est fournie par la Région au territoire pour lancer le processus.</p>	
Résultats observés en terme de qualité et économiques (positif☺/ négatif☹)	<p>Pour le moment, seules 15 zones ont développé ce label. Aucune information sur les résultats économiques n’est disponible.</p>	
Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	<p>La charte très complète prend en compte toutes les composantes de l’offre touristique. Utilisation de réseaux d’hébergements.</p>	
Pour plus d’informations	<p>www.chamina.com (en français uniquement) CHAMINA, 5, rue Pierre-Le-Vénérable – F- 63057 Clermont-Ferrand Cedex 1 T +33 (0) 4 73 92 81 44, F +33 (0) 4 73 91 62 24, info@chamina.com</p>	

C. ALLEMAGNE


	VIABONO	 HEBERGEMENT RESTAURATION & SERVICES
Brève définition	L'organisation faitière Viabono, est une initiative de partenariat du gouvernement allemand pour la labellisation et la mise en marché des offres touristiques respectueuses de l'environnement en coopération avec les associations touristiques, environnementales et de consommateurs. Viabono GmbH est une marque déposée. Elle supervise les offres de tourisme et d'hébergement de qualité et tourné vers l'écologie, pour en vérifier la conformité et le caractère professionnel de leur commercialisation. Le thème central est l'expérience de la nature, sur fond de diversité culinaire et culturelle sans oublier le divertissement, la santé et l'aventure.	
Territoires et intervenants	Dans toute l'Allemagne. Tous types d'hébergements touristiques (hôtels, pensions, campings, auberges de jeunesse) et voyagistes.	
Organismes responsables	De nombreuses fédérations publiques et privées ont rejoint le comité d'organisation de Viabono. Ceci donne aux membres et aux partenaires de Viabono beaucoup de contacts dans des domaines variés et leur concède une importance socio-politique. Il existe à ce jour plus de 150 entreprises adhérentes.	
Origine et objectifs de l'initiative	L'organisation Viabono est une plate-forme de communication et de coopération pour les membres et les partenaires voulant renforcer la qualité dans une optique écologique et la relier à une offre de voyages agréables.	
Nombres et type de clients	L'offre s'adresse à des clients recherchant une expérience de la nature de qualité.	
Processus d'élaboration	La marque Viabono attribue un label aux offres pour un tourisme de nature et écologique. Il existe des listes de critères pour les hôtels/hébergements, parcs naturels, communes, campings et appartements. Ces listes de critères contiennent un total de 40 normes, centrées autour des thèmes suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Déchets ; - Energie et climat ; - Eau ; - Mobilité ; - Pollution sonore ; - Bien-être des clients ; - Information ; - Nature et paysage ; - Habitat et architecture ; - Cycles économiques régionaux ; - Gestion. Les organisations membres reçoivent une licence pour exploiter la marque Viabono.	
Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)	<ul style="list-style-type: none"> ☺ La promotion de l'écologie et du tourisme de nature ☺ Les destinations touristiques et les hébergements bénéficient d'une plate-forme de marketing commune (présence sur Internet et possibilités de réservation) ☺ Peut encore être étendu – un avantage : potentiel important ☺ Meilleure transparence de label écologique grâce à une marque unique pour plusieurs types de services touristiques. ☹ Peut encore être étendu – un inconvénient : n'est pas représentatif de toute l'Allemagne (les non membres peuvent aussi avoir une bonne infrastructure de randonnée, voire une encore meilleure). 	
Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	Les critères Viabono sont excellents pour les objectifs de la Via Alpina (soutenir le tourisme durable). Une structure hautement professionnelle en ce qui concerne la gastronomie, l'hébergement, la restauration et les services (parcs naturels). Label exemplaire.	

Pour plus d'informations	www.viabono.de (en allemand uniquement) Viabono GmbH, Friedrich-Ebert-Straße / Haus 51, D- 51429 Bergisch Gladbach T +49 (0)2204 / 8423 70, info@viabono.de
---------------------------------	--



	<h2 style="color: blue;">ROTHAARSTEIG</h2>	 <b style="color: green;">ITINERAIRES
Brève définition	<p>Le « Rothaarsteig » (sentier du Rothaar) est un itinéraire national de grande randonnée très bien commercialisé dans le centre de l'Allemagne (154km de long).</p> <p>Le Rothaarsteig a son propre slogan : « l'itinéraire des sens » (« Weg der Sinne »). Ce qui se traduit par : la nature à l'état pur – une rencontre avec la nature – profiter de la nature avec tous ses sens. Il regorge d'endroits intéressants pour s'instruire sur la nature, la culture et l'histoire.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentations pédagogiques de découverte en forêt sur les thèmes de la forêt et de l'eau - Une multitude de sentiers naturels loin des chemins d'exploitation agricoles et forestiers - De nombreux points de vue sur des paysages de collines - Et bien plus encore... 	
Territoires et intervenants	<p>Le Rothaarsteig se situe dans un joli paysage boisé en moyenne montagne. Il s'étend de la partie septentrionale de la chaîne montagneuse de Rothaar, par le Dill-Bergland de Hesse jusqu'aux collines de Westerwald. Les deux centres se trouvent à Brilon dans le Sauerland et à Dillenburg en Hesse.</p>	
Organismes responsables	<p>L'association Rothaarsteig regroupe 40 membres au point de rencontre des trois régions allemandes de Rhénanie du Nord-Westphalie, Hesse et Rhénanie-Palatinat. Il s'agit principalement de six districts, 23 villes et communes, des associations de tourisme, des associations de randonnée et des administrations forestières. Un bureau spécial est chargé du travail administratif. Le Rothaarsteig dispose également de son propre bureau de marketing.</p>	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>Le Rothaarsteig® (marque déposée) a été créé avec l'objectif spécifique d'atteindre de nouvelles normes de qualité s'adressant à une catégorie de randonneurs aux attentes élevées. Les régions devraient faire l'objet d'une promotion touristique. Des itinéraires bien marqués et un réseau de randonnées bien distinct devraient faciliter l'orientation et rendre la randonnée vers les différents points d'étape sans danger.</p>	
Nombres et type de clients	<p>Plus de 100 000 randonneurs/an (source : Rainer Brämer).</p>	
Processus d'élaboration	<p>Le marketing touristique du Rothaarsteig est basé sur les points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Balisage clair et continu des itinéraires principaux, des itinéraires alternatifs et des itinéraires temporaires avec une identité professionnelle adéquate et un logo ; - Création de stations pédagogiques à thème (la forêt, l'eau) ; - Mobilier Rothaarsteig (bancs, aires de repos) ; - Label d'hébergement « Qualitätsbetrieb Rothaarsteig » pour les hébergements bien adaptés aux randonneurs, avec des services particuliers. L'infrastructure d'hébergement comprend des services comme le séchage des vêtements et des chaussures, des conseils personnalisés et des randonnées accompagnées ; - Site Internet avec un magasin en ligne (guides de randonnée, cartes, beau livre, portes-carte, sacs à dos, bâtons de randonnée, trousse de toilette, coussins, chaussettes, casquettes, pins, sacs en coton, cartes postales, CD avec musique spirituelle, etc.). 	
Résultats observés en terme de qualité et économiques <small>(positif☺/ négatif☹)</small>	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Marketing unique. ☺ Très bonne communication et grande renommée. ☺ Structure adaptée pour la gestion des recettes. ☹ L'omniprésence du design d'entreprise risque de transmettre une image artificielle. 	
Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	<p>Mise en marché de bonne qualité, complète et exemplaire pour un itinéraire de longue distance</p> <p>Intégration d'hébergements qui n'appartenaient encore à aucun label.</p> <p>Marketing exemplaire et opportunités de recettes.</p>	

Pour plus d'informations	<p>www.rothaarsteig.de (en allemand uniquement) Projektbüro Rothaarsteig[®], c/o Holz- und Touristikzentrum, Poststraße 7, D- 57392 Schmallenberg T +49 (0) 2972 974050, F +49 (0) 2972 974054, knoche@rothaarsteig.de, rosenkranz@rothaarsteig.de Marketing Rothaarsteig[®], c/o Touristikzentrale Sauerland, Heinrich-Jansen-Weg 14, D- 59929 Brilon T +49 (0) 2961 – 943355, F +49 (0) 2961 – 943247, rothaarsteig@hochsauerlandkreis.de</p>
---------------------------------	--


D. ITALIE

CHARTRE QUALITÉ DES SERVICES DES REFUGES DE MONTAGNE DU TRENTO		 HEBERGEMENT
Brève définition	<p>Il s'agit d'un document général auto-adopté régulant les relations entre les usagers et les gestionnaires des refuges de montagne du Trentin. Il a servi d'exemple pour d'autres chartes sur les services dans les Alpes italiennes. Cette charte est avalisée par l'association des gestionnaires de refuges de la province autonome de Trente et par la S.A.T. (Società degli Alpinisti Tridentini). Les gestionnaires de refuges qui adoptent la charte et l'affichent dans les chambres du refuge s'engagent à respecter et à garantir la totalité des services et à procurer une information complète sur les itinéraires de randonnée, etc.</p>	
Territoires et intervenants	<p>Province autonome de Trente.</p>	
Organismes responsables	<p>Provincia Autonoma di Trento (Service du tourisme de la province autonome du Trentino), S.A.T. (Società degli Alpinisti Tridentini, la section provinciale du Club alpin italien, C.A.I.), Associazione Gestori Rifugi del Trentino (association provinciale des gestionnaires de refuges).</p>	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>Ce projet a été créé pour harmoniser l'accueil des touristes et des alpinistes dans les refuges alpins de la province de Trente (plus de 100 structures). L'objectif est de garantir aux usagers des refuges (randonneurs, alpinistes, etc.) un bon niveau minimum d'hospitalité et des prix raisonnables.</p>	
Nombres et type de clients	<p>Touristes, randonneurs, alpinistes, les personnes se sentant concernées par la nature dans les montagnes du Trentin, à la recherche du calme, de loisirs et de beaux paysages. En 2002, les refuges du Trentin ont accueilli plus de 63 000 usagers, pour un total de 94 000 nuitées.</p>	
Processus d'élaboration	<p>Un plan provisoire a défini plusieurs étapes pour mettre en place la charte sur la qualité des services et pour faire participer les principales associations locales de montagne, la S.A.T. et l'association des gestionnaires de refuges de Trentino. Les deux associations partagent la philosophie de ce projet. Dans un second lieu, une version imprimée de la charte a été réalisée en trois langues et son affichage dans les chambres recommandé aux gestionnaires de refuges. La charte a été envoyée à toute la presse et aux agences de communication, au niveau local et national. Le club alpin italien participe à la promotion de la charte. Comme il est stipulé dans la législation provinciale, en ce qui concerne la satisfaction du client et le contrôle du retour d'informations sur les services dans les refuges, la province de Trente vérifie que tous les gestionnaires de refuges affichent la charte et en respectent les normes de qualité.</p> <p>Les principaux points du projet sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accueil : Quand les refuges sont ouverts, l'accueil doit être garanti, même quand ils affichent complets. Les gestionnaires, avec la nécessaire collaboration des clients, doivent toujours fournir un espace temporaire pour manger et dormir, aussi confortable que possible. - Réservation : Il est possible de réserver des places pour manger et dormir. Les réservations restent valides jusqu'à 18h00. - Casse-croûtes et repas : Les clients prenant les repas préparés par le refuge ont priorité à la table, mais il est possible pour les randonneurs de consommer leur propre repas et d'utiliser le mobilier du refuge (tables, chaises, bancs). Un léger supplément est perçu par le gestionnaire. À l'extérieur, les places aux tables sont gratuites, mais priorité est toujours donnée aux personnes achetant leur repas dans le refuge. - Tarifs : Les tarifs pour tous les services sont affichés. Les prix sont donnés T.T.C. (service, taxes, etc.). Les toilettes sont gratuites, à l'intérieur et à l'extérieur du refuge. - Eau : Il arrive que l'eau des refuges de montagne ne soit pas potable selon les normes de santé. À certaines périodes, l'eau peut se faire rare à cause de la sécheresse : dans ce cas, la consommation d'eau dans le refuge est sous la supervision du gestionnaire. - Environnement : Les gestionnaires de refuges travaillent ensemble pour préserver l'environnement autour des refuges et dans les montagnes avoisinantes. 	


<p>Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Au démarrage les usagers ont porté un réel intérêt au contenu de la charte. ☺/☹ Durant la période de démarrage, il était impossible de définir les objectifs économiques. Il devrait être possible de le faire après une deuxième saison, en 2004. ☺ De nombreuses personnes concernées par le tourisme dans les vallées voisines du Haut Adige/Tyrol du sud souhaitent prendre modèle de la charte et l'appliquer à d'autres projets de qualité dans leur région. ☹ La charte n'a été mise en application qu'à la période estivale de 2003, et il est encore nécessaire la promouvoir davantage et de manière plus efficace dans tous les refuges et directement auprès des clients-cibles, randonneurs et alpinistes.
<p>Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina</p>	<p>De nombreuses régions ou provinces des Alpes peuvent appliquer le modèle de la charte sur la qualité des refuges de Trentin. Il s'agit d'un projet économique concret, applicable, simple et peu coûteux.</p>
<p>Pour plus d'informations</p>	<p>Provincia Autonoma di Trento www.provincia.tn.it/turismo, uff.informazioni@provincia.tn.it</p> <p>SAT-Società degli Alpinisti Tridentini via Mancini, 57, I- 38100 Trento, T +39 0461 981871, F +39 0461 986462 www.sat.tn.it, info@sat.tn.it</p> <p>Associazione Gestori dei Rifugi del Trentino Piazza Centa n. 13/7, I- 38100 Trento, T +39 0461 826066, F. +39 0461 826066 guide@alpinguide.com</p>

	ASSORIFUGI ASSOCIATION DE REFUGES DE MONTAGNE DU FRIOUL – VENETIE JULIENNE ET CADORE	 HEBERGEMENT, SERVICES & MARKETING
Brève définition	<p>Assorifugi est une association privée de 35 gestionnaires de refuges d'alpinisme et de randonnée du Frioul-Vénétie Julienne et du Cadore, dans la région Vénétie (province de Belluno). L'objectif principal de l'association est de promouvoir les refuges de montagne comme la « porte d'entrée » à l'environnement et à la culture de montagne. Un autre objectif important de l'association est d'améliorer le savoir-faire et les compétences professionnelles de ses membres et leur représentation dans les administrations publiques. Objectifs supplémentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formation à la gestion pour les membres ; - Préservation et respect du patrimoine humain, historique, culturel et environnemental, avec une attention toute particulière portée sur les alentours des refuges ; - Promotion d'une bonne éducation sur la protection de l'environnement dans les Alpes ; - Promotion des refuges de montagne et de leurs localités comme « destination touristique verte » ; - Développement de la coopération entre les membres. 	
Territoires et intervenants	<p>Région autonome du Frioul-Vénétie Julienne et de Cadore (région Vénétie, province de Belluno).</p>	
Organismes responsables	<p>Association Assorifugi - Regione Friuli Venezia Giulia (FVG) – Comunità Montana della Carnia (communauté de montagne) – Délégation régionale et sections locales du Club alpin italien (C.A.I.).</p>	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>Association créée sous le patronage public de la Région du Frioul-Vénétie Julienne pour soutenir les gestionnaires de refuges lors de l'introduction d'une démarche qualité dans leurs structures, et mieux promouvoir les refuges comme destinations touristiques et culturelles.</p>	
Nombres et type de clients	<p>Touristes, randonneurs, alpinistes, tourisme culturel et musical. Pendant l'été 2003, plusieurs milliers de clients ont séjourné dans les refuges du Frioul-Vénétie Julienne ; plus de deux mille clients ont pris part à cette édition de Note in Rifugio, entre juin et octobre 2003. 18 concerts ont été organisés dans les refuges de montagnes des Alpes orientales, du Monte Nero/Mont Krn en Slovénie au Monte Grappa (Vicenza) et au Karst (Trieste).</p>	
Processus d'élaboration	<p>Le projet du plan d'activités de l'association Assorifugi comprend plusieurs étapes qui ont été réalisées ou démarrées il y a quelques années :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publication d'un guide complet de tous les refuges de montagne et les bivouacs de la région FVG et du Cadore, appelé « Pianeta Rifugio » (« planète refuge ») ; - Présence aux expositions spécialisées ; - Participation à un projet pilote pour le tourisme environnemental dans les zones de moyenne et de haute montagne appelé « Turismo Ambientale di Media e Alta montagna », financé par l'Union européenne ; - Gestion (jusqu'en 1997) de l'Ufficio Montagna Regionale du Friuli Venezia Julia, aujourd'hui l'un des plus importants points d'information et services dans la région ; - Création et promotion d'événements culturels, dont le travail majeur est la réalisation du « NOTE in RIFUGIO ». Avec l'association « Musica Aperta » de Gorizia, Assorifugi organise un grand festival de musique en été qui a lieu dans les refuges de montagne dans la région du FVG et de Cadore. Le programme principal comprend 18 événements musicaux, dont quatre concerts dans « La settimana musicale » de Monte Rite (Cadore-Belluno), en plus de ceux des « Dolomites » et du « Musée de montagne de Messner », et d'autres concerts en Autriche à la « Feistritzer Alm » dans la vallée du Gail, et au Monte Nero/ Krn en Slovénie. « Note in Rifugio » a reçu le patronage du président de la République italienne, du gouvernement italien et du président de la Communauté de travail Alpes-Adria. 	
Résultats observés en terme de qualité économiques (positif/négatif)	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Un lien très fort entre les membres de l'association, leur permettant de travailler ensemble pour améliorer la qualité du service et donc de fidéliser les clients. Les événements culturels sont d'une importance toute particulière dans ce domaine. ☺ L'avantage économique est certain et confirmé par les gestionnaires des refuges de montagne car l'association permet d'augmenter la présence des randonneurs, alpinistes et du tourisme culturel, même en septembre et octobre. ☹ L'association peut encore faire plus et mieux pour promouvoir ses programmes et activités. Un site Internet pourrait être un moyen adéquat pour améliorer la communication avec des groupes cibles intéressés par les refuges de montagne des Alpes orientales. 	

Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	Le projet des refuges de montagne du Frioul-Vénétie Julienne et de Cadore est un modèle concret et positif pour de nouvelles initiatives pour un groupe ciblé de personnes intéressées par les refuges de montagne et un exemple pour l'exploitation touristique respectueuse de la culture locale et de l'environnement.
Pour plus d'informations	Assorifugi Friuli-Venezia Giulia e Cadore c/o Comprensorio Montano della Carnia, Via Carnia Libera 1944, n. 29 – I-33028 Tolmezzo (Udine) T +39.0433 487786 F +39 0433 40687, www.assorifugi.com Associazione Musica Aperta Via Giovanni Battista Formica, 6 – I- 34170 GORIZIA, T/F +39 0481 546229, musica_aperta@libero.it



PROJET DE RECHERCHE ET D'ACTIVITÉ DES REFUGES DE MONTAGNE DE LA VALLÉE D'AOSTE (CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE UNI EN ISO 14001)		 HEBERGEMENT
Brève définition	<p>Ce projet vise premièrement à informer les gestionnaires de refuges de montagne, les consultants professionnels et les autres acteurs locaux publics et privés (communes, associations de consommateurs, associations de montagne, acteurs du tourisme, etc.) sur l'importance de la protection de l'environnement. Deuxièmement, son objectif est de donner aux gestionnaires et aux propriétaires de refuges de montagne des connaissances de base sur la gestion environnementale de structures et de services. Le but est de penser l'offre de services des refuges en termes de qualité environnementale et non pas de quantité. La formation continue des gestionnaires de refuges est un outil important pour la réussite d'un service professionnel, même dans ce type bien spécifique de structure touristique.</p>	
Territoires et intervenants	<p>Région de la vallée d'Aoste.</p>	
Organismes responsables	<p>Regione Autonoma della Val d'Aosta/Vallée d'Aoste (administration régionale), Dipartimento di Scienze merceologiche della Facoltà di Economia dell'Università di Torino (Université d'économie de Turin /Département des sciences du marketing), Associazione valdostana dei Gestori di rifugi (association des gestionnaires de refuges de la vallée d'Aoste), Grivel-Mont Blanc.</p>	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>Projet lancé par l'université de Turin, l'association des gestionnaires de refuges et Grivel Mont Blanc. Financement du FSE (Fonds social européen), du gouvernement italien (Ministère de l'emploi et des régions), et la région de la Vallée d'Aoste. L'objectif initial était d'analyser et de créer des moyens d'atteindre un niveau de qualité totale pour le tourisme alpin. Les gérants de refuges du Val d'Aoste devraient obtenir une certification européenne officielle, car le respect de l'environnement est nécessaire pour les générations à venir, et représente maintenant un plus pour la politique marketing.</p>	
Nombres et type de clients	<p>Touristes, randonneurs, alpinistes. 20 gestionnaires de refuges ; 10 d'entre eux ont obtenu une certification UNI EN ISO 14001.</p>	
Processus d'élaboration	<p>Plan projeté :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planification et test du nouveau système pour l'organisation et la gestion des refuges de montagne du Val d'Aoste, optimisant ainsi les contacts entre gestionnaires et propriétaires. Le principal objectif est de faire face à la concurrence sur le marché mondial du tourisme, d'appliquer une nouvelle stratégie de marketing écologique, positionnant ainsi les refuges sur un nouveau segment du marché (pas uniquement réservés aux alpinistes et aux experts de la randonnée, mais s'adressant aussi aux familles, au tourisme sportif, culturel et environnemental, etc.). - Nouvelles mesures marketing pour promouvoir le tourisme « vert » dans les zones de moyenne et haute montagne, en coopération avec les organisations publiques locales. <p>Étapes du projet :</p> <p>ÉTAPE 1 – analyse technique : Une première analyse environnementale des 10 refuges de montagne ayant donné leur accord à la réalisation du projet a été réalisée ; les opérateurs ont utilisé une liste de contrôle. Le contrôle a porté sur tous les processus de construction, l'utilisation de matériaux, les économies d'énergie, l'impact environnemental, l'écoulement des eaux et des effluents. Un diagramme polygonal donne une représentation graphique de la disparité entre la situation réelle pour chaque refuge et le type de tourisme durable qu'il doit atteindre. Des objectifs d'améliorations pour chaque refuge ont été déduits de ces études.</p> <p>ÉTAPE 2 – réunions de recherche et de formation : Ce fut l'occasion d'examiner de près les systèmes de gestion environnementale appliqués aux 10 refuges de montagne, en fonction de la norme UNI EN ISO 14001. Un autre thème était l'exploitation des traditions gastronomiques du Val d'Aoste. Plusieurs réunions ont été organisées par la « Scuola d'arte culinaria La Hoirie » d'Aoste, dirigée par Mme Laura Zenti. Les résultats ont été la réduction des coûts de transport de nourriture, une meilleure exploitation culturelle de la cuisine traditionnelle et un nouvel attrait touristique.</p> <p>ÉTAPE 3 – activités : Cette étape consistait à planifier et développer un système de gestion environnementale pour chaque refuge membre. À la fin du projet, chaque gestionnaire de refuge recevra un Manuel Qualité grâce auquel il devrait être possible d'améliorer le système d'après la norme UNI EN ISO 14001. En parallèle, une évaluation du projet sous forme d'un questionnaire à compléter par les touristes et les alpinistes est prévue. 500 questionnaires ont été collectés dans les refuges pendant l'été 2003. Le dernier objectif sera de comprendre si et comment les refuges devraient entrer dans la dynamique de l'économie touristique.</p>	

<p>Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Très bons résultats obtenus avec la publication du manuel de gestion environnementale des refuges en italien, français et anglais. ☺ Les objectifs économiques d'attirer un nombre élevé de touristes vers les refuges pendant l'été 2003 et d'atteindre de bonnes performances marketing ont été atteints. ☺ Plusieurs acteurs ont exprimé l'intérêt de reproduire le modèle.
<p>Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina</p>	<p>Le manuel contient des orientations intéressantes et utiles, pouvant être facilement liées au Guide Qualité Via Alpina. L'objectif commun est de créer un système de gestion environnementale pour chaque refuge de montagne et hôtel sur l'itinéraire de la Via Alpina. Il est important de coopérer avec l'équipe du projet du Val d'Aoste pour étudier et promouvoir le savoir-faire nécessaire. Les cibles sont les gérants de refuges, les groupements économiques et les clubs alpins. De plus, le projet peut représenter un intérêt pour les cabinets conseil et les sociétés de certification environnementale.</p>
<p>Pour plus d'informations</p>	<p>Ufficio Informazioni Turistiche, Aosta T +39 0165 236627, uit-aosta@regione.vda.it http://www.eeteam.net, info@eeteam.net http://web.econ.unito.it/cresta, Università di Torino, prof. Riccardo Beltramo T +39 335 6844207, F +39 011 6706265, riccardo.beltramo@unito.it</p>

LE GRAND SENTIER WALSER (PARTIE DES ALPES DU SUD)		 ITINERAIRES & MARKETING
Brève définition	<p>Le Grand sentier Walser est un projet de marketing territorial exploitant et reliant les différentes régions Walser. Il se base sur un itinéraire qui traverse le Valtoumenche, le Val d'Ayas et le Val de Lys (Val d'Aoste, Italie), les vallées du Piémont et arrive dans le canton de Valais en Suisse. Cofinancé par l'Union européenne dans le contexte plus général du projet transfrontalier « Espace Monte Cervino Monte Rosa », cet itinéraire n'est que l'une des initiatives ayant été entreprises pour retrouver les racines de l'unité culturelle qui a marqué ces territoires frontaliers depuis des siècles. Dans le Val d'Aoste, le programme envisage également l'ouverture d'un musée Walser à Gressoney la Trinité et la conception d'un plan pour l'intégration fonctionnelle des trois vallées avec le Valais suisse et le Piémont voisins. Son objectif est une intégration accrue et une utilisation effective des ressources. Le fil directeur de l'itinéraire est la population Walser. Le long du parcours, le randonneur marche dans les pas des ce peuple qui, depuis le douzième siècle, a colonisé cette région depuis la haute vallée du Rhône et a contribué à façonner le paysage. Une série de panneaux informatifs aident à reconnaître et à reconstruire l'empreinte que cette culture a laissée. Une carte, des dossiers et un guide aident le touriste et le randonneur à assembler les pièces d'une histoire qui ne parle pas seulement d'hommes, de migrations, d'établissements, d'agriculture, de transhumance, de marchandises et de commerces, mais aussi de glaciers, de variations climatiques et de nature.</p>	
Territoires et intervenants	Val d'Aoste (Italie) - Piémont (Italie) - Valais (Suisse).	
Organismes responsables	Regione Autonoma della Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste (administration régionale), Verbano-Cusio-Ossola Province, Comune di Macugnaga (commune), Club alpin italien, Club alpin suisse, association du Tour del Monte Rosa, Associazione Ticinese dei Sentieri Escursionistici (ATSE, association de randonnée de Tessin).	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>Surpasser la frontière italo-suisse en restaurant les anciens itinéraires du peuple Walser entre la Valle di Gressoney, le Val d'Ossola, le Valais et le Tessin : voilà le premier objectif du projet du grand sentier Walser. « Itineracharta » est un projet complémentaire de l'Union européenne (création d'une carte de randonnée dans les zones frontalières) planifié par la Provincia Verbano-Cusio-Ossola, l'Associazione ticinese dei sentieri escursionistici (ATSE), le parc régional Alpi Veglia e Devero dans le Piémont et les communautés de montagne des vallées de Vigizzo et Cannobina. Le projet est soutenu par toutes les sections locales du club alpin italien (CAI), les Sezioni Est Monte Rosa. Ces sections créent un registre de tous les itinéraires, dans une région qui adopte les critères nationaux du CAI. L'objectif final est de renouveler l'économie de ces petites vallées et donc d'aider les jeunes à rester et vivre dans les zones de montagne. La restauration des anciens itinéraires Walser peut stimuler l'économie touristique sur tout le territoire pour les cibles des randonneurs, du tourisme culturel et des écoles.</p> <p>Ce projet est à présent un sérieux exemple de marketing sur la manière de promouvoir la randonnée et les activités culturelles et stimuler l'économie de la vallée. Le projet du grand sentier Walser a été réalisé en quelques années par le travail des associations alpines dans différents pays et par l'association des communes Walser. Le balisage et la description du principal itinéraire sont aujourd'hui complètement terminés. L'itinéraire passe par 150 petites communautés Walser. Dans les Alpes du sud, il relie les vallées de Gressoney, Macugnaga, Alagna, Formazza/Pomatt, et traverse des cols de haute montagne tels que les cols de Teodulo, Monte Moro, Simplon et Arbora.</p>	
Nombres et type de clients	<p>Touristes, alpinistes et randonneurs aguerris mais aussi familles, tourisme sportif, culturel et environnemental, etc. Leur nombre s'accroît d'une année sur l'autre, ce que confirment les offices de tourisme de Gressoney et Macugnaga et les gestionnaires de refuges. 4 600 randonneurs parcourent l'itinéraire de Gressoney à Macugnaga chaque année, croisant le tour du Monte Rosa, et plusieurs milliers empruntent des portions plus petites, pour une demi-journée, une journée ou deux au maximum.</p>	



<p>Processus d'élaboration</p>	<p>Étapes principales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification de l'itinéraire par les Clubs alpins, avec l'aide de l'association des communes Walser, de tout e territoire Walser dans différents pays — Italie, France (Savoie), Suisse (Valais, Tessin, Grisons), Autriche, Liechtenstein — pour rechercher un ancien itinéraire reliant les différentes zones de montagne. Le réseau d'itinéraires du peuple Walser est long de 800km, avec 34 étapes et 15 itinéraires secondaires, traversant quatre pays (Suisse, Italie, Liechtenstein et Autriche). - Dans la partie sud de Alpes, lancement d'un certain nombre de projets pour exploiter le sentier Walser. De Macugnaga (Italie) à Mattmark (Suisse), un ancien chemin le long de l'itinéraire médiéval du Passo del Moro a été restauré. - Un programme marketing pour promouvoir l'itinéraire : en 2003, le projet a d'abord été présenté à 20 journalistes de tourisme et de montagne venant d'Italie et de Suisse. Ils ont marché pendant quatre jours, de Macugnaga à Saas Fee, puis vers l'Alpe Devero et la vallée de Vigizzo. <p>Le parc Veglia-Devero, la province de Verbano Cusio Ossola et le club alpin italien, en coopération avec des organisations publiques et privées de Suisse, ont planifié et lancé le projet « Itineracharta » dans le cadre d'INTERREG III A (Italie-Suisse, mesure 1.3 : développement intégré du tourisme). Son objectif est la réalisation de cinq cartes de randonnée à l'échelle 1:50 000, et une carte du parc Veglia-Devero à l'échelle 1:35 000. Le projet comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restitution par GPS du réseau d'itinéraires, - Développement internet des données relatives aux itinéraires, - Optimisation du balisage et des panneaux directionnels - Une période de formation pour les opérateurs touristiques du secteur public et privé, bureaux de tourisme, etc. - Promotion de livres et brochures sur le grand sentier Walser et d'autres tracés. <p>Une nouvelle association italo-suisse, l'Associazione Tour del Monte Rosa, a été créée récemment dans le village de Valtourmenche, près d'Aoste. Elle regroupe les vallées de Macugnaga, Alagna, Gressoney, Ayas, Cervinia, Zermatt et Saas Fee. Son conseil d'administration est composé de 5 membres italiens et de 5 membres suisses.</p>
<p>Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Bon résultats obtenus par le lien international du thème culturel Walser : le grand sentier Walser promeut la politique culturelle dans tous les pays pour sauver et mettre en valeur la culture Walser ; en parallèle, le projet représente une opportunité de marketing concrète pour toutes les vallées de petite taille en Italie, Suisse, Liechtenstein et Autriche pour promouvoir l'économie de randonnée. Le lien avec la Via Alpina est évident. ☺ L'amour-propre de la population Walser est également stimulé par les retombées du projet du grand sentier Walser. Ceci a donné lieu à une nouvelle approche économique et sociale qui semble encourager une attitude très positive envers le futur. ☺/☹ La langue Walser est en train de disparaître. Une loi a récemment été votée pour protéger les minorités linguistiques en Italie, comprenant le Walser du Val d'Aoste. Il faut espérer que cela contribuera à renverser la tendance négative actuelle et que la population locale pourra tirer profit de cette chance unique d'empêcher la disparition à jamais d'une langue et d'une culture vieilles de presque neuf siècles.
<p>Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina</p>	<p>En ce qui concerne la Via Alpina, suivant le tracé qui unifie les centres de la culture Walser, nous en embarquons pour un voyage dans le monde plus vaste de la culture alpine, ce qui nous fera mieux comprendre ce qu'était la vie dans les montagnes dans le passé, souvent à des altitudes impensables aujourd'hui. Il s'agit également d'une niche de marketing pour la Via Alpina. L'initiative du sentier Walser peut aider la Via Alpina à mieux définir sa stratégie marketing et à mieux choisir sa clientèle cible. Le financement de l'Union européenne peut représenter une aide substantielle.</p>
<p>Pour plus d'informations</p>	<p>Comune di Macugnaga, I.A.T. Informazioni Accoglienza Turistica P.zza Municipio, 6 - T ++39 032465119 F ++39 032465775 www.macugnaga-online.it, http:// www.macugnaga.it, e mail: sviva@libero.it</p> <p>Provincia del Verbano Cusio Ossola, Verbania Fondotoce presso Tecnoparco del Lago Maggiore, via dell'Industria 25, T +39 0323495011, F +39 03234950237, http://www.provincia.verbania.it</p> <p>Regione Valle d'Aosta, Ufficio Informazioni Turistiche T +39 0165236627, urp@regione.vda.it; uit-aosta@regione.vda.it</p> <p>Aiat MonteRosa Walser: www.ariatmonterosawalser.it Gressoney-Saint-Jean, T +39 0125.355185, F +39 0125.355895, info@ariatmonterosawalser.it Gressoney-La-Trinité, T +39 0125 366143, F +39 0125 366323, infogressoneytrinite@libero.it</p>

E. MONACO

	CHARTRE D'EXCELLENCE DU TOURISME, DE L'HOTELLERIE, ET DE LA RESTAURATION	 HEBERGEMENT RESTAURATION & SERVICES
Brève définition	La charte d'excellence est une initiative pour donner un label aux hôtels et aux restaurants offrant une qualité très élevée.	
Territoires et intervenants	Le label pourrait être développé sur l'ensemble de Monaco.	
Organismes responsables	AIHM (Association de l'industrie hôtelière de Monaco) et AQM (Association Qualité Monaco).	
Origine et objectifs de l'initiative	Labelliser les hôtels et les restaurant de manière à ce que la qualité des différents aspects de l'offre touristique soit garantie pour les touristes (hébergement, services, information, divertissement, activités, etc.). Améliorer la qualité des hôtels et des restaurants.	
Processus d'élaboration	Les hôtels et les restaurants voulant adhérer doivent remplir un formulaire. Une grille d'analyse est utilisée pour effectuer un diagnostic. Une charte sur la qualité définit les conditions requises pour l'adhésion : <ul style="list-style-type: none"> - <u>Excellence d'accès et de contexte</u> : <ul style="list-style-type: none"> - Faciliter l'accès des clients et des visiteurs ; - Horaires d'ouvertures adaptés et respectés ; - Réceptions correctement équipées ; - Niveau de propreté irréprochable. - <u>Excellence d'accueil</u> : <ul style="list-style-type: none"> - Avoir une attitude positive quand le client arrive ; - Hygiène et propreté ; - Limiter les temps d'attente ou s'assurer qu'ils soient raisonnables ; - Faciliter le contact avec les clients et les visiteurs parlant une langue étrangère ; - Assurer une réponse téléphonique rapide, efficace et continue. - <u>Excellence de l'information</u> : <ul style="list-style-type: none"> - Mettre à disposition une information précise et claire pour les clients et les visiteurs ; - Répondre aux attentes exprimées par les clients et les visiteurs ; - Présenter les services spécifiques proposés aux clients et aux visiteurs ; - Affichage de l'information. - <u>Excellence des services</u> : <ul style="list-style-type: none"> - Adapter les services aux attentes exprimées par les clients et les visiteurs ; - Informer les clients et les visiteurs de la spécificité des services proposés ; - Prévoir des solutions alternatives, d'une qualité égale ou supérieure dans le cas où le service proposé ne peut pas être presté. - <u>Excellence par l'évaluation et l'amélioration</u> : <ul style="list-style-type: none"> - Evaluation de la satisfaction du client et du visiteur : rassembler et analyser les suggestions des clients et des visiteurs ; - Evaluation interne : analyser les commentaires provenant des employés et susceptibles d'améliorer la qualité de l'accueil ; - amélioration : définir des mesures d'amélioration sur la base des analyses effectuées. La démarche comprend : <ul style="list-style-type: none"> - Un audit mystère réalisé par un consultant spécialisé séjournant dans l'hôtel de manière anonyme ; - Un débriefing avec les gestionnaires ; - Une aide individuelle à la formation. Contrôle tous les deux ans. 	



Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)	☺ De nombreux hôtels ont décidé d'adhérer. ☹ Seul un nombre restreint de restaurants est impliqué (ils ne sont pas convaincus de l'utilité de cette initiative).
Éléments de référence utilisables pour la Via Alpina	Hôtels et restaurants spécialement enregistrés et avec un logo spécifique dans les brochures touristiques
Pour plus d'informations	Association Qualité Monaco, 13 boulevard des Moulins, MC- 98000 Monaco.

F. SUISSE

	VIA SPLUGA ITINERAIRE CULTUREL ET DE GRANDE RANDONNEE (THISIS, CH – CHIAVENNA, I)	 ITINERAIRES & MARKETING
Brève définition	<p>La VIA SPLUGA (62 km) offre une grande variété d'un point de vue historique, culturel, géologique et scénique, ainsi que certaines particularités. Le tracé est aussi bien praticable dans la direction nord-sud que du sud vers le nord. La base pour les prestataires de services touristiques est que chaque site sur le tracé est approprié tant comme point de départ que comme destination.</p> <p>La VIA SPLUGA est un produit touristique complet pouvant être réservé pour une durée de 2 à 5 jours sur base de séjours organisés avec des tarifs fixes (euro ou francs suisses).</p>	
Territoires et intervenants	<p>Le tracé traverse les Alpes de Thusis, 720 m (Suisse), par le Splügenpass/Passo Spluga, 2 115 m (frontière) jusqu'à Chiavenna, 335 m (Italie) en quatre jours de marche de 4:30 à 7 heures.</p>	
Organismes responsables	<p>La VIA SPLUGA a été développée par regioViamala (Thusis, Suisse) et la Comunità Montana Valchiavenna (Chiavenna, Italie) de 1999 à 2001.</p> <p>Pour l'entretien de l'itinéraire en Suisse, les Bündner Wanderwege BAW (association de randonnée des Grisons) ; en Italie, la Comunità Montana Valchiavenna. Pour le marketing : les organisations touristiques en Suisse le Consorzio Promozione Turistica Valchiavenna en Italie.</p>	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>Produire des recettes pour les prestataires de services touristiques et les autres intervenants concernés indirectement par le tourisme.</p>	
Nombres et type de clients	<ol style="list-style-type: none"> 1. Randonneurs : culture, histoire (plus de 50 ans) ; 2. Visites d'étude avec/sans guide ; 3. Randonneurs : sports, nature (25 - 50 ans) ; 4. Groupes, voyages scolaires. 	
Processus d'élaboration	<p><u>Séjours organisés :</u> Un petit nombre de séjours organisés standards (2 à 5 journées) est disponible pour les visiteurs seuls et en groupe. Les bureaux de vente sont capables d'assembler des divers programmes, d'en calculer le prix T.T.C., d'offrir l'ensemble comme un séjour organisé et d'effectuer la réservation. Tous tarifs bruts des prestataires de services incluent une commission de vente de 10% pour le bureau de ventes. Les paiements aux prestataires de service se feront sur base des tarifs nets. Les tarifs sont publiés en francs suisses et en euros.</p> <p><u>Signalétique :</u> La totalité de l'itinéraire est marqué par des panneaux culturels bruns VIA SPLUGA dans les deux directions.</p> <p><u>Documentation :</u> Prospectus : versions distinctes en allemand et en italien. Carte de trekking : allemand et italien. Brochure Via Spluga : allemand. Internet : www.viaspluga.com.</p>	
Résultats observés en terme de qualité économiques (positif☺/ négatif☹)	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Un niveau élevé de satisfaction de la clientèle en ce qui concerne le degré d'aventure, l'hébergement, l'organisation et la cuisine locale. ☺ Amélioration de la mise en réseau entre tous les prestataires de services touristiques impliqués en Suisse et en Italie. ☺ Evolution des ventes de séjours organisés au bureau Viamala Ferien à Splügen (Suisse) : <ul style="list-style-type: none"> 2001 : 29 000 € 2002 : 131 000 € 2003 : 286 000 € ☹ La signalétique a dû être améliorée à deux reprises en Italie. ☹ Approximativement 90% des ventes sont réalisées en Suisse et 10% en Italie. 	

**Pour plus
d'informations**

www.viaspluga.com

	LABEL DE QUALITE POUR LE TOURISME SUISSE	 SERVICES
Brève définition	<p>Programme de gestion de la qualité pour les entreprises touristiques en Suisse.</p> <p>Le programme « Label de qualité pour le tourisme suisse » a été élaboré pour toutes les sociétés convaincues que seule une amélioration constante de leurs performances peut assurer le succès à venir. Elles veulent offrir à leurs clients des services de qualité constants.</p>	
Territoires et intervenants	<p>Le programme vise à accroître la sensibilité à l'égard de la qualité, promouvant la coopération auprès des divers prestataires et maintenant la qualité du service des agences de voyages et des agences de vacances en Suisse.</p>	
Organismes responsables	<p>Coordination du programme : Fédération suisse du tourisme, Berne Organismes fédéraux : Suisse Tourisme, GastroSuisse, hotelleriesuisse, Remontées mécaniques suisses, Union des transports publics, Conférence des directeurs d'offices de tourisme, Association suisse des managers en tourisme, Car Tourisme Suisse/ Car-Groupe, Fédération Suisse des agences de voyages, Swiss Snowsports, Hotel & Gastro Union.</p>	
Origine et objectifs de l'initiative	<p>La qualité devient de plus en plus l'instrument décisif pour la concurrence touristique. Les prestataires de services touristiques se voient confrontés à des évolutions dans les exigences des clients et à une concurrence accrue.</p> <p>Dans le milieu des années 90, les organisations les plus importantes du secteur touristique en Suisse ont reconnu la nécessité d'agir et d'offrir aux prestataires de services touristiques la possibilité de contrôler la qualité de leurs services, de la consolider et de l'optimiser grâce au « Label de qualité pour le tourisme suisse ».</p> <p>Le programme a été développé par l'Institut de recherche sur les loisirs et le tourisme de l'Université de Berne et par l'Académie Frey à Zurich.</p>	
Processus d'élaboration	<p><u>Niveau 1</u> : un « virus qualité » est implanté. Le niveau 1 est centré sur le développement de la qualité et plus particulièrement sur la qualité des services.</p> <p><u>Niveau 2</u> : la qualité est examinée dans son ensemble. Une fois le niveau 1 atteint, il est possible de viser le niveau 2. Le niveau 2 est centré sur la garantie de la qualité et plus particulièrement sur la qualité de la gestion.</p> <p><u>Niveau 3</u> : introduction de la gestion complète de la qualité. Quand une entreprise a passé les niveaux 1 et 2, elle doit être en mesure d'introduire un système de gestion totale de la qualité. Il y a plusieurs manières de le faire (ISO, EFQM = European Foundation for Quality Management, etc.).</p>	
Résultats observés en terme de qualité et économiques (positif☺/ négatif☹)	<p>10 arguments pour le label de qualité suisse :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une meilleure qualité est synonyme de plus de profits - La gestion de la qualité est synonyme de coûts réduits - La qualité permet de devancer la concurrence - La gestion de la qualité permet d'améliorer l'hospitalité - La gestion de la qualité est bénéfique pour le personnel et diminue les fluctuations - Les agences de marketing préfèrent les sociétés avec un label de qualité - La gestion de la qualité permet d'augmenter les possibilités de financement - Les entreprises avec le label de qualité laissent une impression de promotion de leur image - Des services de haute qualité apportent des avantages concurrentiels - Un service de qualité est plus efficace qu'une publicité coûteuse et contribue à fidéliser les clients. <p>Nombre de labels qualité obtenus par les entreprises de voyages de vacances suisses (1998 - 2003) :</p> <p>Niveau 1 : 1 643 Niveau 2 : 296 Niveau 3 : 34 (2003 uniquement)</p>	
Pour plus d'informations	<p>Fédération suisse du tourisme (STV), Berne www.swisstourfed.ch, quality@swisstourfed.ch</p>	

IV. REFERENCES

Définitions

Outils

Informations nationales

Adresses

A. DEFINITIONS

1. Qualité

La qualité peut être définie comme la somme des caractéristiques d'un produit ou d'un service permettant de satisfaire les attentes explicites ou implicites d'un client.

On distingue habituellement entre la qualité discernée par les clients (avec d'un côté la qualité que le client attend et, de l'autre, celle qu'il perçoit) et la qualité discernée par le prestataire (avec d'un côté la qualité que le prestataire a définie et, de l'autre, celle qu'il a fournie).

Il est également possible d'aborder la question de la qualité d'un point de vue économique, en analysant d'une part le coût d'une mesure réalisée pour améliorer la qualité et d'autre part le coût du manque de qualité (méthodes inadéquates et perte de clients à cause d'une mauvaise réputation, etc.).

Dans le domaine touristique, il arrive souvent de confondre qualité et confort, ce qui est une erreur. Le consommateur attend différents niveaux de confort entre un hôtel une étoile et un quatre étoiles, mais ne s'attend pas à des niveaux différents de qualité

2. Stratégie Qualité

Mettre en place une Stratégie Qualité signifie un travail sur trois niveaux :

Mesure : tout d'abord, on peut essayer de mesurer la différence entre la qualité attendue par le client et celle proposée par le prestataire. Pour cela, on peut choisir entre les différents types d'audits (« l'audit mystère », l'aperçu général de la qualité, le diagnostic territorial). Pour simplifier, on peut aussi avoir recours au questionnaire de satisfaction, aux visites et aux entretiens. Chaque option a des avantages et des inconvénients.

Amélioration : lorsqu'on essaie d'améliorer la qualité, on se centre généralement d'abord sur la formation, les débriefings après les audits, l'aide personnalisée de consultants et de chartes de qualité, et on doit trouver un moyen de motiver le gestionnaire du produit et le personnel. Ce dernier point est très important.

Garantie : la question est de savoir comment garantir au client un niveau de qualité satisfaisant

avant et pendant l'achat. Les outils à employer sont les labels de qualité, les marques déposées avec une bonne réputation, les méthodes de certification et les contrôles.

De plus, il faut toujours travailler avec une approche économique. Il faut d'un côté expliquer que la qualité peut être moins coûteuse que le manque de qualité et, de l'autre, trouver un moyen qui ne soit pas trop exigeant au niveau financier et de la gestion.

3. La chaîne de services touristiques

In a customer-oriented approach, Via Alpina must consider each of the following links building up the tourism service chain:

Dans une approche orientée vers le consommateur, la Via Alpina doit prendre en considération chacun des liens formant la chaîne des services touristiques :

- 1. Information** : télévision, presse, littérature, brochures, Internet, CD, radio, vidéo ;
- 2. Réservation** : séjour, hôtel, refuge, loisir, équipement, offres complètes, guide touristique ;
- 3. Voyage** : train, voiture, avion, taxi, horaires ;
- 4. Arrivée** : hébergement, restauration, parking, information, documentation, équipement ;
- 5. Itinéraire de randonnée** : entretien, signalétique, sécurité, sites d'intérêt, abris, carte de randonnée, guide de randonnée ;
- 6. Pendant la randonnée** : hébergement, restauration locale, prévisions météo, nature, événements, culture, bien-être ;
- 7. Départ** : souvenirs, produits locaux, photos, train, voiture, avion, taxi, horaires ;
- 8. Après le séjour** : retour d'informations, critiques positives/négatives, recommandation, liste d'adresses.

4. Segments du marché touristique

L'importance de chaque groupe cible pour la Via Alpina est évaluée sur une échelle à quatre niveaux :

- insignifiant
- + d'importance mineure
- ++ important
- +++ prioritaire

	randonnée sports nature	randonnée culture histoire	randonnée avec un guide touristique
Jusqu'à 25 ans	+	+	+
25 - 50 ans	++	++	+
Plus de 50 ans	++	+++	++
Familles	+	+	+
Voyages d'études	+	+++	+++
Voyages scolaires	+	+	+
Groupes spécifiques	++	++	++
Membres des clubs alpins	+++	++	+

B. OUTILS

1. Outils de mesure de la qualité

a) Questionnaires

Description générale

Un questionnaire pourrait être utilisé pour mesurer la satisfaction des clients.

Ce questionnaire doit présenter une échelle de satisfaction (allant de très insatisfait à très satisfait) qui ne propose pas de choix neutre (un nombre pair de graduations).

Il doit être aussi simple que possible (pour que le client le remplisse et qu'il puisse être analysé très facilement) et doit prendre en compte les principaux éléments reconnus comme importants par le client.

Exemples concernant l'hébergement et la restauration :

Pour l'hébergement, les principaux points pourraient être :

- L'accueil ;
- La propreté ;
- La qualité de la literie et de la chambre à coucher en fonction de la catégorie ;
- La tranquillité en fonction de la catégorie ;
- La qualité de la salle de bains en fonction de la catégorie ;
- La qualité de l'information et des services touristiques ;
- La qualité des services spécifiques aux randonneurs.

Pour la restauration, les principaux points pourraient être :

- La qualité du mobilier et de la vaisselle en fonction de la catégorie ;
- La propreté et la conformité par rapport aux règles d'hygiène ;
- La qualité des plats et de la cuisine ;
- Si les plats sont servis à la bonne température ;
- La rapidité du service en fonction du type d'établissement ;
- L'amabilité et le professionnalisme du personnel ;
- L'incorporation de la cuisine locale et de produits locaux.

En conclusion, ces questionnaires serviront à évaluer le rapport qualité/prix d'un établissement.

b) Grille d'audit qualité pour l'hébergement et la restauration

Description générale

Il s'agit d'un document qui permet de mesurer la qualité d'un établissement. Il s'agit d'un document professionnel ne pouvant être utilisé que par un consultant en tourisme.

Ce document est exhaustif et prend en compte chaque aspect d'un établissement et les différents

services attendus. Il doit être adapté à chaque type d'établissement différent.

Pour chaque entrée, le consultant doit donner une évaluation en répondant à une série de questions (de 200 à 700).

La qualité est évaluée en prenant en compte le nombre de points obtenus par l'établissement en comparaison avec le nombre total de points (en pourcentage).

En général, 90% est considéré comme le plus bas niveau de qualité acceptable.

Il est très important que cette grille puisse être réutilisée par un consultant quelques années plus tard. L'évaluation doit être reproductible.

(Voir exemple ci-dessous d'une partie de la grille pour un refuge de montagne)

Extrait d'une grille d'audit pour les refuges de montagne :

REFUGE :			Date de la visite :
Note 0/3: très insatisfaisant 3/3 très satisfaisant	Code	Note	Remarques
Accueil donné au client			
Le gestionnaire du refuge donne au client un accueil amical.			
Son comportement est le même avec tout le monde.			
Le gestionnaire du refuge explique aux clients les règles régissant un séjour dans l'établissement.			
Le gestionnaire du refuge est particulièrement attentif quand le client arrive (offre une boisson par exemple).			
Les panneaux utilisés pour organiser la vie dans le refuge doivent être appropriés et sympathiques.			
Ils sont rédigés en plusieurs langues, ils sont propres et bien entretenus.			
Dans l'ensemble, l'accueil semble très professionnel.			

2. Outils d'amélioration de la qualité

a) Chartes et démarches de qualité existantes

Description générale

Il existe des chartes de qualité élaborées dans différents pays et sur des sujets divers par des réseaux ou des organismes publics :

- Itinéraires de randonnée
- Hébergement et restauration
- Services.

La mise en œuvre d'une charte s'accompagne en général d'une formation ou d'un accompagnement.

Il est essentiel d'avoir recours à ses chartes le plus souvent possible car les organisations sont déjà en place : il est impossible pour la Structure Via Alpina

d'organiser formation et accompagnement et il est de plus important d'éviter toute mesure superflue.

Mais il est également fondamental pour chaque pays de vérifier l'esprit et les différents éléments pris en considération dans ces chartes afin de réaliser une sélection efficace puis de compléter avec les chartes de qualité de la Via Alpina si nécessaire.

En fait, les liens entre la Structure Via Alpina et les différents réseaux sélectionnés doivent être continuellement renforcés afin, entre autres, d'avoir la possibilité d'utiliser une partie appropriée d'une charte élaborée par un réseau dans un des pays et de l'appliquer sur tout l'itinéraire de la Via Alpina.

b) Chartes de qualité Via Alpina

Pour certains aspects, il est important que la Via Alpina ait sa propre charte pour compléter le manuel Qualité. C'est le cas quand il n'y a pas de charte à suivre dans une région donnée (pas de réseau de labellisation par exemple) ou quand le label ne donne pas de détails sur ces aspects.

La charte doit être aussi simple que possible et sur une seule page, afin de pouvoir être affichée. Elle doit stipuler les principales règles en quelques phrases.

Pour un sujet très précis, il est important d'avoir la possibilité d'utiliser une partie appropriée d'une charte élaborée par un réseau dans un des pays et de l'appliquer à toute la Via Alpina.

Pour l'hébergement et la restauration :

Les principaux aspects spécifiques de l'hébergement ont trait avant tout à l'accueil.

En outre, il sera utile pour certains gestionnaires de recevoir des indications sur les procédures à suivre lorsqu'ils :

- Donnent des informations aux clients ;
- Prennent une réservation ;
- Enregistrent l'arrivée et le départ d'un client.

En ce qui concerne la restauration, les principaux éléments sont :

- Le petit-déjeuner ;
- Le panier repas.

3. Outils de garantie de la qualité

a) Labels et réseaux existants

Comme pour les chartes de qualité existantes, les réseaux et les organismes publics ont élaboré des

labels et des marques déposées dans différents pays et sur divers thèmes afin de garantir la qualité des services. Ces labels et ces marques déposées concernent avant tout :

- Les itinéraires de randonnée ;
- L'hébergement et la restauration ;
- Les services.

Il est essentiel d'utiliser ces labels le plus souvent possible car une structure organisationnelle a déjà été mise en place et il est de plus important d'éviter toute mesure superflue.

Mais il est également fondamental pour chaque pays de vérifier l'esprit et les différents éléments garantis par ces labels et ces marques déposées afin de réaliser une sélection efficace.

b) Contrôles et garantie Via Alpina

Les moyens utilisés pour évaluer la qualité (un questionnaire simplifié ou une grille d'audit) doivent être reproductibles afin de pouvoir être utilisés régulièrement comme système de contrôle. De plus, il faut prendre conscience de la nécessité d'utiliser des « randonneurs partenaires de la Via Alpina », la seule manière de contrôler régulièrement la qualité.

Un label Via Alpina spécial pourrait être attribué aux établissements et aux territoires ayant obtenus des résultats particulièrement bons et une récompense pourrait leur être décernée.

C. INFORMATION NATIONALE

1. Autriche et Allemagne

a) Organisation territoriale

Bundesländer (régions) en Autriche d'ouest en est : Vorarlberg, Tyrol, Salzbourg, Haute-Autriche, Basse-Autriche (ne fait pas partie de la Via Alpina), Styrie et Carinthie.

Bundesland (région) en Allemagne : seulement la Bavière. Landkreise (districts) en Bavière d'ouest en est : Lindau (ne fait pas partie de la Via Alpina), Oberallgäu, Ostallgäu, Garmisch-Partenkirchen, Bad Tölz-Wolfratshausen, Miesbach, Rosenheim, Traunstein, Berchtesgadener Land.

Espaces protégés (traversés par la Via Alpina) :

En Autriche :

Parc national : Kalkalpen (Haute-Autriche);
Parcs naturels : Zillertal (Tyrol), Alpenpark Karwendel (Tyrol);
Réserve de biosphère : Großes Walsertal (Vorarlberg).

En Allemagne :

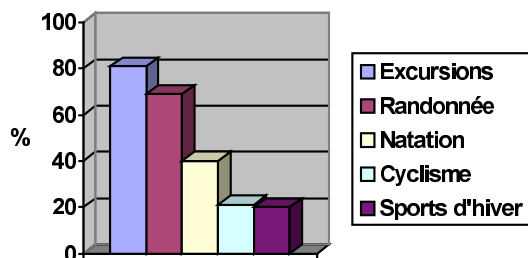
Parc national : Berchtesgaden ;
Parc naturel : Alpenpark Karwendel;
Réserve de biosphère : Berchtesgadener Land.

b) Principales tendances et données du tourisme de randonnée

La randonnée se développe de manière positive. D'après des études locales une personne sur deux aime la randonnée. Dans la région allemande d'Allgäu, 69% des visiteurs partent en randonnée. Les ventes

sont supérieures pendant les sports d'hiver, mais seulement 20% des visiteurs les pratiquent.

Activités des visiteurs des Alpes d'Allgäu, Allemagne:



La randonnée aujourd'hui – le randonneur apprécie (plusieurs choix possibles):

Beaux paysages, panoramas	90%
Sentiers naturels, calmes	80%
Randonnées à la carte	80%
Balissage / signalétique fiables	80%
Altitude moyenne	70%
Départ dans le courant de la matinée	60%
Distance modérée	10-15km
Rythme modéré	3-4km/h
Accompagné d'amis	90%
Pauses dans des auberges	90%

(source : Wanderbares Deutschland – Qualitätsoffensive Wandern)

Plus le séjour est court, plus cela est profitable pour la randonnée en elle-même. Plus le séjour est long, plus le visiteur attend une variété d'activités. Il faudrait en tenir compte lors de la réservation des séjours organisés.

c) Information générale sur l'hébergement utilisé pendant les séjours de randonnée

Dans le cas du tourisme alpin en Autriche et en Allemagne, la plupart des nuitées, en dehors des hôtels conventionnels, sont dans les refuges de montagne et dans les pensions et, dans les stations de sports d'hiver, dans des appartements.

Le Club alpin autrichien, propriétaire de 270 refuges de montagne, est la première entreprise d'hébergement autrichienne. Au total, les membres de clubs alpins sont au nombre de 282 000, dans 197 sections en Autriche. Le Club alpin allemand compte environ 650 000 membres. La randonnée est de loin l'activité la plus populaire de ces membres. Le Club alpin allemand gère également 305 refuges et un réseau de sentiers de randonnée d'environ 40 000 km

dans les Alpes allemandes et autrichiennes. Il offre l'infrastructure nécessaire d'un refuge à l'autre et sur les sentiers de grande randonnée. Les pensions (chambres d'hôtes) sont présentes dans toute la région alpine d'Autriche et d'Allemagne, mais tout spécialement là où le tourisme d'hiver est le plus développé.

d) A propos de la qualité

D'innombrables démarches qualité ont été lancées durant ces dernières années en Allemagne et en Autriche. Il est possible d'obtenir des informations sur ces initiatives locales et interrégionales et les catalogues de critères de qualité auprès des principales associations de tourisme (voir liste d'adresses).

Le noyau de chaque démarche qualité est le consensus sur des critères obligatoires ou minimum et des critères volontaristes ou souhaitables. L'objectif est de respecter le plus grand nombre possible des critères souhaitables, qui permettent d'évaluer chaque aspect de la qualité.

Durant ces dernières années, la qualité matérielle s'est améliorée grâce aux changements de comportements en matière de communication, d'information et de services. Il s'agit là de facteurs de qualité intangibles et ils sont bien plus difficiles à mettre en pratique. C'est pour cette raison qu'ils sont bien plus difficiles à améliorer.

Un nouveau type de sensibilité s'est développé à la fin des années 80, qui a conduit à la création de la « gestion intégrale de la qualité » (Total Quality Management TQM).

Dans les entreprises de services la TQM est un système de programmes et de lignes directrices qui inclut, en commençant par le niveau supérieur de l'entreprise, la satisfaction absolue du client dans chaque détail du service. Ceci correspond à un « service de qualité totale » (Total Quality Service TQS).

Le principe suivant peut être un moyen d'améliorer la qualité :

La qualité du service dans le tourisme est présente si tous les hôtes offrent ce qu'ils attendraient eux-mêmes pendant leurs vacances.

Pour un aperçu de la situation en Allemagne, consulter l'ouvrage suivant : Neue Fachreihe des Deutschen Tourismusverband e. V., 28, 01.2003.

e) Qualité et hébergement

- Qualité et la classification des hôtels en Autriche : plus d'informations auprès de la Chambre du commerce, Autriche (liste d'adresses).
- Les offensives qualité dans le tourisme allemand sont reprises dans l'ouvrage suivant : Neue

Fachreihe des Deutschen Tourismusverband e. V. , 28, 01.2003

- Label de qualité pour le tourisme suisse : un modèle pour le tourisme allemand – depuis 1997 (cf. Bonnes pratiques)
- Projet modèle : « Qualitätsoffensive für Bayerische Tourismusregionen » (offensive qualité pour le tourisme en Bavière) – depuis 1999
- Régions modèles : par exemple Oberallgäu. Contenu : spécialisation des groupes cibles, progrès réalisés dans les compétences des prestataires, formation des employés, normes de qualité dans les services et les infrastructures, production d'une image positive.
- Offensive qualité en Bavière. Contenu : priorité donnée aux qualifications du personnel du tourisme, classification et certification pour améliorer l'infrastructure touristique.
- Classification des appartements et des pensions (Bed and Breakfast). Initiateur : Deutscher Tourismusverband. Contenu : expertise obligatoire pour chaque entreprise et réalisée par un comité de contrôle.

f) Qualité des itinéraires de promenade et randonnée

L'Autriche dispose d'environ 44 000 km d'itinéraire marqués. Beaucoup d'entre eux, mais pas la totalité, passent en partie par la haute montagne. De nombreux itinéraires sont locaux, même s'il existe un certain nombre de sentiers de grande randonnée. Des onze sentiers européens, pas moins de six traversent l'Autriche : E4, E4-Alpin, E5, E6, E8 et E10. Ils suivent en général les sentiers autrichiens de grande randonnée, « Weitwanderwege », numérotés de 01 à 10.

L'Allemagne dispose également d'un réseau étendu d'itinéraires de randonnée, y compris de sentiers de grande randonnée, comme l'« itinéraire Maximilien » (portion du sentier européen E4), qui traverse toute la chaîne alpine.

La Via Alpina suit souvent des tronçons de ces sentiers de grande randonnée.

La sécurité des randonneurs de montagne est une priorité pour les clubs alpins autrichien et allemand :

- Entretien des itinéraires et balisage fiable ;
- Mise à disposition de cartes et documentation ;
- Service d'informations actualisées sur les prévisions météo et neige et sur les dates d'ouverture des refuges via Internet et par téléphone ;
- Formation des voyageurs pour composer des séjours en groupe ;
- Formation sur les risques pour la santé et les risques spécifiques à la montagne ;

- Assurance avec couverture mondiale, responsabilité sportive et frais de recherche et de secours pour chaque membre.

L'attractivité des itinéraires est soulignée par la présence d'une signalétique régionale standardisée. Les concepts de réseau de randonnée dans le Vorarlberg, Tyrol, la région de Salzbourg et la Styrie servent d'exemples.

La détermination du Club Arc Alpin (CAA), l'association de tous les clubs alpins des Alpes, est d'une importance majeure pour la Via Alpina. Extraits :

- La signalétique devrait être standardisée dans toutes les régions alpines. Les signes devraient avoir la formes de flèches.
- Les signes devraient contenir les éléments suivants : destination de la randonnée, temps de marche jusqu'à destination, altitude actuelle, nom du lieu.
- Principe de la signalétique : dans les montagnes, il faut mettre en place autant de signalétique que nécessaire et aussi peu que possible.
- Le balisage devrait être en rouge/blanc/rouge dans les montagnes.
- Pas de recommandation pour des catégories de difficulté (mais possibilité).

La standardisation du balisage en est cours dans les alpes autrichiennes et allemandes, en référence avec ces critères et ceux de la Fédération suisse de tourisme pédestre.

g) Expériences de développement économique basées sur la randonnée itinérante

Voir exemple « Rothaarsteig » dans la partie Bonnes pratiques.

Des opportunités de bénéfices pour les vallées peuvent être créées grâce à des initiatives de labels touristiques de qualité, des partenariats d'entreprises, des ouvertures pour les agriculteurs de montagne pour vendre directement leurs produits (fromage, légumes et autres) et grâce à des programmes d'aventure pour les amoureux de la nature et pour les enfants. Des initiatives locales voient le jour dans tout l'arc alpin. Leur coordination et le marketing interrégional peuvent être améliorés par un réseau tel que la Via Alpina.

Les parcs nationaux et les réserves de biosphère ont lancé de nombreuses activités ces dernières années. Leur force repose sur l'apparence commune des labels de qualité. L'offre dans le parc national Hohe Tauern est un excellent exemple. En Autriche, d'autres exemples ont également été développés dans les parcs nationaux Kalkalpen (Alpes calcaires) et Gesäuse, le parc de biosphère Großes Walsertal (voir Bonnes pratiques) et le Karwendel Alpenpark. En

Bavière, le meilleur exemple est le parc national de Bechtesgaden.

h) Qualité et activités de nature dans les territoires

Il existe en Autriche un forum nommé « Umweltbildung » (Éducation environnementale). En Allemagne, il existe le forum « Environnement et Développement » (voir liste d'adresses). Ils coordonnent les démarches dans le domaine de la nature. Des séminaires sont consacrés à l'enseignement de la nature, par exemple « Schule des sanften Reisens » (l'école du voyage doux).

Ces forums offrent des réseaux fonctionnant parfaitement, auxquels participent de nombreux spécialistes, et tout le monde peut en suivre les activités grâce à des lettres d'informations et en assistant aux séminaires. La Via Alpina devraient bénéficier de l'apport de ces réseaux, vers lesquels chaque acteur peut se tourner pour obtenir des conseils.

i) Qualité et environnement

Le premier message adressé par les clubs alpins est en faveur de la randonnée en montagne respectueuse de la nature et économique :

- Pas de nouveaux refuges ni de nouveaux sentiers, approvisionnement et gestion des déchets respectueux de l'environnement dans les refuges et prévention des dommages causés par l'érosion des sentiers.
- Offre de séjours respectueux de la nature et marketing direct pour les paysans de montagne dans les refuges.
- Education environnementale pour les membres et les touristes en montagne.

Même si cette pratique est largement répandue aujourd'hui, il faut noter que la protection de l'environnement est incorporée à tous les catalogues de critères.

j) Références

Amt der Vorarlberger Landesregierung (1995): "Wanderwegekonzept Vorarlberg", Bregenz.

Amt der Tiroler Landesregierung (o. A.): "Wander- und Bergwegekonzept des Landes Tirol", Innsbruck.

Amt der Salzburger Landesregierung (2003): "Salzburger Wander- und Bergwegekonzept", Salzburg.

Amt der Steiermärkischen Landesregierung (o. A.): "Wanderwegekonzept – Richtlinien für eine einheitliche Planung, Beschilderung und Markierung", Graz.

Deutscher Wanderverband (2002): "Wanderbares Deutschland – Praxisleitfaden zur Förderung des Wandertourismus", Bonn.

Deutscher Wanderverband (2003): "Qualitätsoffensive Wandern – Empfohlene Gütekriterien für Wandewege, wanderfreundliche Gastgeber und Wanderprospekte", Bonn.

Müller, D. (2003): "Qualitätsoffensiven im Deutschlandtourismus", Deutscher Tourismusverband e. V., Neue Fachreihe, 28.

2. France

a) Organisation territoriale

La partie française des Alpes se situe sur deux régions (Provence-Alpes-Côte d'Azur et Rhône-Alpes) et sept départements (du sud vers le nord : Alpes-Maritimes 06, Alpes-de-Haute-Provence 04, Hautes-Alpes 05, Drôme 26, Isère 38, Savoie 73, et Haute-Savoie 74).

La structure alpine est composée de massifs intérieurs, plus hauts en altitude, et principalement granitiques ou métamorphiques, et de massifs extérieurs calcaires et karstiques.

La partie nord est nettement plus développée que la partie sud, restée plus sauvage (il existe par exemple 2 250 remontées mécaniques dans le nord et 737 dans le sud).

Des parcs naturels (nationaux et régionaux) ont été institués sur une grande partie du territoire (surtout dans le sud).

L'objectif premier des parcs nationaux est la préservation de la nature. Les trois parcs nationaux des Alpes françaises (Mercantour, Écrins et Vanoise) se situent dans les chaînes intérieures.

Les parcs régionaux ont d'abord l'objectif d'un développement économique durable. Cinq sont situés sur des massifs karstiques extérieurs (Bauges, Chartreuse, Vercors, Verdon, Lubéron). Un seulement, le parc du Queyras, est situé dans les massifs internes.

b) Principales tendances et données du tourisme de montagne

Durant les dix dernières années, le pourcentage de touristes français partant en vacances à la montagne pendant l'été a varié entre 16 et 17,5%. La période estivale représente 135 millions de nuitées par an (dont 30 millions représentées par des étrangers) (source : *Carnet de route de la Montagne AFIT 2001*).

Nous avons une idée précise du nombre de visiteurs des parcs nationaux de montagne chaque année. Le

chiffre pour le parc de la Vanoise est d'environ 800 000 visiteurs ; 800 000 pour les Écrins et 400 000 pour le Mercantour (*sources : études de fréquentation des parcs nationaux français*). De plus, de nombreuses enquêtes ont fourni des informations sur le tourisme de montagne. Par exemple (*source : Carnet de route de la Montagne AFIT 2001*):

- 40% des touristes français se disent attirés par l'idée de vacances à la montagne ;
- 22% se disent attirés et prennent des vacances à la montagne ;
- 18% se disent attirés mais ne viennent jamais en vacances à la montagne.

Parmi les personnes qui ne s'intéressent pas aux vacances à la montagne, les raisons principales sont :

- Ces vacances sont trop chères ;
- Il y a trop de monde ;
- Il faut réserver très longtemps en avance ;
- Il faut continuellement dépenser de l'argent.

Parmi les personnes qui viennent à la montagne, nous remarquons une véritable déception. Les vacanciers se plaignent :

- D'un divertissement insatisfaisant ;
- Du non-respect de la nature ;
- D'un trop grand nombre d'activités commerciales et de complexes trop grands ;
- Des activités de montagne qui ne sont réservées qu'aux sportifs ;
- De la difficulté de découvrir des nouveaux endroits en dehors du « camp de base ».

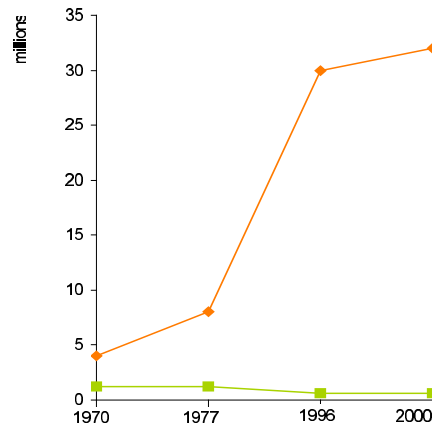
Ces personnes recherchent des activités gratuites, amusantes, une meilleure organisation, des sports calmes et plaisants et un beau cadre naturel.

c) Principales tendances de la randonnée et la promenade

Les études montrent que, durant les vingt dernières années en France, deux évolutions se sont principalement faites sentir pour les randonneurs et les promeneurs (c'est-à-dire les personnes qui font une balade de deux heures au moins une fois par mois) :

- Tout d'abord, le nombre de promeneurs et de randonneurs a été multiplié par quatre (de moins de 8 millions à plus de 30 millions).
- Ensuite, durant la même période, le nombre de randonneurs itinérants (partant pour des randonnées de plusieurs jours) a peu évolué (environ 1 million de randonneurs)

Evolution des randonneurs itinérants (vert) et promeneurs et randonneurs (orange) en France :



(Sources : La Randonnée pédestre en France, études direction du Tourisme 1978, 1992, 1997)

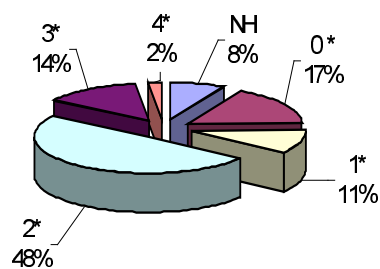
Aujourd'hui, un « randonneur » doit être davantage considéré comme un touriste souhaitant rester dans un même lieu pour effectuer des randonnées d'une journée ou d'une demi-journée et faire une autre activité le jour suivant.

De plus, la plupart des personnes partant pour plusieurs jours souhaitent à présent des marches de moins de cinq heures, des itinéraires avec de belles vues, de bons repas et un hébergement confortable.

d) Information générale sur l'hébergement utilisé pendant les séjours de randonnée

Hôtels

Hôtels dans les zones de montagne en France :



(Sources : Direction du Tourisme, L'Hôtellerie en France)

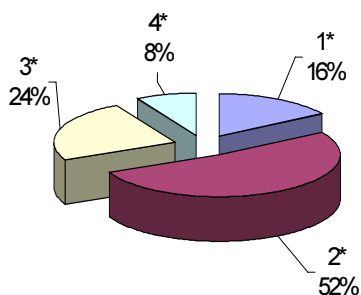
L'hébergement est classé de sans étoile à 4 étoiles (et 4* luxe). Certains hôtels de très petite taille ne sont pas classés (hôtel « non homologué »). Les hôtels de confort moyen (2 étoiles) sont les plus nombreux.

En règle générale, les hôtels grand confort (3 et 4 étoiles) sont localisés dans les stations de ski.

Un grand nombre de petits hôtels ruraux sont vieillots et dépassés.

Campings

Campings classés en France :



(Sources : Direction du Tourisme, L'Hôtellerie de Plein air en France 1998)

Ils sont classés de 1 à 4 étoiles. Il existe également la possibilité de choisir des aires de bivouac, plus basiques, et des campings à la ferme. Les campings deux étoiles sont les plus nombreux.

Gîtes d'étape et de séjour

Il existe à peu près 1 350 établissements de ce type en France. Une grande proportion se trouve dans les zones de montagne. Il s'agit d'un hébergement typiquement français avec des chambres pour plusieurs personnes, une cuisine maison mais également la possibilité pour le voyageur de préparer ses propres repas. Ils s'adressaient à l'origine uniquement aux randonneurs mais aujourd'hui la plupart des clients sont des familles ou de simples touristes. La tendance est à l'amélioration de la qualité du confort mais beaucoup de ces structures sont encore rudimentaires.

Refuges

Il existe environ 150 refuges de montagne dans la partie française des Alpes. Un grand nombre appartient au Club alpin français. Alors que certaines structures ont été restaurées au cours de ces dernières années, un écart important est en général observé entre la réalité et les attentes de la plupart des usagers.

Divers travaux ont été effectués au niveau national, régional et départemental afin de planifier une amélioration de la qualité de ces structures. Pour le moment, seul le département des Hautes-Alpes emploie une charte qualité.

Bed and breakfast

Ces établissements sont bien connus en France sous l'appellation « Chambre d'Hôtes ». Un grand nombre de ces structures sont membres du réseau « Gîtes de France ». Ils sont classés de 1 à 4 épis.

e) Qualité et hébergement

Il est difficile d'avoir un aperçu objectif de la situation de l'hébergement dans les zones de montagne en

France. Sur la base de différentes études on peut indiquer que :

- La plupart de l'hébergement dans les montagnes françaises est d'un confort inférieur ou moyen, sauf dans les grandes stations de ski ;
- En général, la qualité de ces établissements est insuffisante, principalement en ce qui concerne l'accueil, l'information disponible pour les clients, l'atmosphère de l'établissement, les services et la démarche marketing.

En conséquence, l'hébergement et le niveau de qualité sont les deux points sur lesquels les Français ont le plus travaillé récemment. Le travail de recherche a porté sur :

- Les chartes et les labels de qualité, par exemple la charte pour les refuges dans le département des « Hautes-Alpes » ;
- Les réseaux d'hébergements : des structures qui rassemblent, par une démarche volontariste, un certain nombre d'établissements portant tous la même enseigne et offrant un produit spécifique garanti. Un tel réseau dispose normalement d'une charte, d'une politique de ventes commune, de contrôle rigoureux et une démarche de communication entre les membres. Il existe en France : d'importants réseaux établis de longue date tels que « Gîtes de France » ou « Logis de France » ; et des réseaux spécialisés tels que le programme « Rando Accueil » (voir Bonnes Pratiques) pour différents types d'hébergements liés aux activités de randonnée et « Auberge de Pays » pour les petits hôtels ruraux.
- Démarches Qualité : démarches visant à améliorer la qualité des hôtels et des campings élaborées par les Chambres du commerce et de l'industrie et habituellement composées d'un audit mystère, d'un débriefing, d'une formation, de contrôles et de la délivrance ou non d'un label de qualité.
- Certification : une démarche qualité certifiée par une organisation indépendante et mise en œuvre par les Chambres du commerce et de l'industrie en collaboration avec l'AFAQ (Association française pour l'amélioration de la qualité). Pour le moment, seuls les hôtels sont réellement concernés.

Il faut noter que les départements et les régions disposent du pouvoir juridique, souvent utilisé, d'accorder une aide financière pour améliorer le niveau de la qualité des hébergements touristiques, qu'ils soient privés ou publics.

f) Qualité des itinéraires de promenade et randonnée

Il n'est pas possible jusqu'à présent de parler de « démarches qualité » pour les itinéraires de randonnée, mais il faut noter que certaines initiatives ont été prises pour garantir aux randonneurs un meilleur usage des itinéraires.

Le développement le plus important est sans aucun doute la loi de 1985, permettant aux départements de réaliser, de baliser et d'entretenir des itinéraires de randonnée (P.D.I.P.R. : Plan départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée) et leur donnant les moyens financiers de le faire.

Un grand nombre de départements a entamé de telles actions (souvent en collaboration avec la Fédération française de la randonnée pédestre (FFRP), les communes et les groupes locaux de randonnée), ce qui a permis une amélioration de la sécurité, du balisage, des liaisons entre itinéraires et représente une garantie pour leur existence future.

Toutefois, il existe de grandes différences dans la manière dont ces opérations progressent. La situation peut donc être très différente d'un département à l'autre.

La FFRP a également fait des efforts importants. En plus du travail avec les départements dans le cadre des PDIPR, elle propose différents outils tels qu'une charte pour le balisage ou plus récemment une démarche de qualification pour les nouveaux GR (sentiers de grande randonnée).

g) Expériences de développement économique basées sur la randonnée itinérante

Durant ces vingt dernières années, de nombreuses initiatives locales (principalement dans les parcs régionaux) ont tenté de valoriser les zones rurales grâce à des itinéraires de randonnée sur plusieurs jours. Ces expériences sont légions et sont très intéressantes. Même si elles n'ont pas véritablement incorporé de démarche qualité, un effort certain a été fait en matière de qualité.

Par exemple, les itinéraires « Mare e monti » en Corse créés par le parc naturel régional de Corse ou l'initiative « Retrouvance » dans les Hautes Alpes (voir Bonnes pratiques).

h) Qualité et activités de nature dans les territoires

Durant ces dix dernières années, plusieurs études sur les promeneurs et les randonneurs et sur les personnes séjournant dans les montagnes ont conduit à une nouvelle approche. Ces études ont montré le besoin de définir un concept qualité pour les régions de montagnes, car les Français partant en vacances à la montagne ne sont pas réellement satisfaits et l'écart se creuse entre ce que les clients attendent et les services qu'ils reçoivent (cf. point 2). En outre, les études montrent également l'importance d'intégrer le concept qualité dans chaque étape de la démarche marketing.

On cherche donc à mettre sur pieds de nouvelles sortes d'initiatives :

- La première concerne l'homologation territoriale et la création de réseaux dans ces territoires à des fins commerciales. Parmi ces initiatives, il faut noter « Villages de Montagne » et « Rando Village ».
- La seconde concerne un ensemble d'initiatives de développement local basées sur les activités de pleine nature et les démarches qualité au niveau territorial. Par exemple, des organisations françaises essaient de lancer deux initiatives de développement territorial dans les Alpes du sud avec leurs voisins italiens autour de programmes de randonnée et de V.T.T. basés sur cinq politiques qualité relatives à : l'équipement, l'hébergement, divers services, la production touristique et le processus de communication et de marketing. Parmi ces initiatives, on peut citer les projets « INTAMA » ou « MBALA ».

i) Qualité et environnement

Il faut noter que l'objectif de toutes ces opérations est d'améliorer la qualité des services et des infrastructures. Très peu de ces actions ont en effet trait à un niveau élevé de qualité en matière de gestion environnementale. C'est un domaine où il existe de nombreux projets mais seuls quelques-uns ont été mis en pratique.

Il faut cependant prendre note de certains éco-labels : pour les campings (Clefs Vertes), pour les logements ruraux et les chambres d'hôtes (Gîtes Panda) et pour les hôtels (Hôtel au Naturel). Les refuges de montagne ont également reçu une certaine attention, principalement en ce qui concerne la gestion de l'énergie, des déchets et des eaux usées.

De plus, les Chambres du Commerce et d'industrie et d'autres organismes français essaient actuellement d'élaborer une démarche de certification de gestion environnementale pour l'hébergement.

3. Italie

a) Situation

Le tourisme de montagne en Italie est en croissance mais reste une part minoritaire de la tendance touristique, principalement dominée par le tourisme de littoral et dans les villes d'art. Durant ces 15 dernières années, on a pu constater un mode différent de mettre en valeur le territoire de montagne et en profiter pour des activités sportives et de loisirs. Les promeneurs et les randonneurs, mais aussi le touriste moyen, ont une approche différente d'appréhender et vivre la montagne par rapport à ses habitants. Ces tendances sont confirmées par divers relevés statistiques réalisés au niveau national (Censis, Enit, APT régionales, instituts universitaires etc.).

b) Attentes des touristes

Les consommateurs veulent de nouveaux services plus complets dans les hébergements de montagne ; cependant, dans ce secteur, la qualité n'exige pas de structure nouvelle et luxueuse ; au contraire, il existe une ouverture pour une nouvelle manière d'offrir l'hospitalité qui est plus chaleureuse et plus en harmonie avec les valeurs locales (restauration, artisanat, tradition), tout en respectant la protection de l'environnement. Dans les vallées et le long des itinéraires de randonnée, l'utilisateur veut pouvoir trouver facilement quantité d'informations sur la région et la culture afin de mieux réaliser son idéal vacance.

c) Contexte administratif

Les autorités régionales italiennes (dans les Alpes : Ligurie, Piémont, Vallée d'Aoste, Lombardie, Trentin-Haut Adige, Vénétie et Frioul-Vénétie Julienne) font preuve d'un regain d'intérêt et abordent le tourisme de montagne et les itinéraires de randonnée sous un nouvel angle. Toutes les régions essaient de garantir la qualité de l'hospitalité proposée et des structures des réseaux de sentiers.

En Italie, il n'existe pas de niveau national dans le secteur touristique, la compétence étant déléguée aux régions. Il existe une organisme de promotion touristique unique, l'ENIT. Chaque région interprète le tourisme de randonnée de manière différente et dispose de sa propre législation. La Via Alpina est un des premiers projets pouvant réellement créer une stratégie de qualité avec des standards valables sur l'ensemble des Alpes italiennes.

Depuis 1985, l'Italie dispose d'une loi sur les sentiers stipulant la mission du Club alpin italien (CAI) pour la pose du balisage et de la signalétique. Avec ses 305 000 adhérents, le CAI constitue la principale association d'alpinistes et de randonneurs en Italie. Au cours de ses 140 années d'existence, il a contribué à la formation de générations d'alpinistes qui ont gravi et étudié les montagnes du monde. Le CAI développe aussi une fonction éducative, amenant de nombreux citoyens à la montagne et favorisant la formation d'une véritable culture de la randonnée et de l'alpinisme, basée sur le respect de l'environnement et sur la possibilité de créer des rapports de fraternité. Depuis sa fondation à nos jours, le CAI a su évoluer progressivement, s'adaptant aux transformations de la société italienne. D'une association élitaires par de nombreux aspects, le club s'est peu à peu transformé en une association de plus en plus ouverte à la société et est devenu une véritable organisation de masse.

En 1995, le CAI a planifié un standard de signalétique à l'échelle nationale. Il s'agit de petits panneaux rouge/blanc/rouge avec des flèches directionnelles standardisées. Ce standard a été accepté par de nombreuses régions italiennes (et alors intégré à la législation régionale, Veneto, T.A.A/S. etc.) et par de nombreux organismes locaux, publics et privés. Le CAI a également fixé des méthodes de construction et

des normes pour l'entretien, afin de minimiser l'impact environnemental. Le premier sentier de grande randonnée balisé à avoir appliqué ce nouveau concept est le « Sentiero Italia » (souvent emprunté par la Via Alpina), 6 600 km à travers non seulement les Alpes mais aussi toutes les montagnes d'Italie.

d) La montagne italienne et ses usagers

Au premier abord, une montagne aussi connue et explorée que celles d'Italie peut sembler avoir perdu son pouvoir de fascination. Pourtant, tant les Alpes que les Apennins constituent pour de très nombreux Italiens l'unique grand espace concédé à l'aventure et à la fantaisie. La montagne est aujourd'hui pour les Italiens et pour les adhérents du CAI eux-mêmes avant tout un grand espace dans lequel retrouver ses propres origines et son propre rapport à la nature. Comment interpréter autrement l'expansion de la randonnée qui, au contraire du passé, n'est plus considérée comme la première étape vers les falaises d'alpinisme mais de plus en plus une activité à part entière, qui peut être abordée à n'importe quel âge (avec la prudence nécessaire) et, fait non moins important, être pratiquée jusqu'à un âge avancé ? De la même manière, un avenir important semble s'annoncer dans la zone des Apennins et du sud : actuellement, en particulier au sud, la randonnée et l'alpinisme sont encore des phénomènes en partie élitaires, mais tous les prémices de leur expansion sont en place. L'exigence de la part de la population et la demande, au moins au stade potentiel, sont certainement présentes. Il est cependant clairement évident que le cadre d'infrastructure (réseau de sentiers, refuges et bivouacs etc) présente encore des lacunes. Ce n'est pas par hasard que 30% des adhérents du centre-sud se plaignent du mauvais état d'entretien des sentiers et de la signalétique, par rapport à une moyenne nationale de 14% environ.

e) L'intensité de la pratique de randonnée et d'alpinisme

Les adhérents du CAI fréquentent assidûment la montagne, effectuant en moyenne 23 sorties par an. En l'absence de données de référence sur l'ensemble de la population, une étude réalisée récemment en Vénétie a mis en évidence que 40% de la population se rend en montagne, effectuant en moyenne 4-5 sorties par an. Le lien avec la montagne des adhérents du CAI est donc bien plus important que pour la population globale. Il en dérive certainement un état de forme physique appréciable mais aussi un niveau de connaissance du territoire et d'expérience de terrain notables. Il existe cependant une fraction non négligeable d'adhérents effectuant moins de 5 sorties par an (9,5%). Un facteur important est l'âge. On note en effet que les randonneurs de plus de 50 ans (souvent retraités) vont sur les sentiers en moyenne 24 fois par an contre moins de 17 fois pour les plus jeunes et 11 fois pour les moins de 20 ans.

De ce point de vue on peut sans aucun doute affirmer que la montagne remplit une fonction sociale de plus en plus importante, fournissant des opportunités de loisirs et de maintien de la forme physique aux plus anciens. Pour les alpinistes, le cadre est différent, au moins en partie. Ce sont les plus jeunes qui effectuent le plus de courses (en moyenne 34 par an pour les moins de 20 ans). En revanche il est surprenant de voir que dans les classes d'âge supérieures on n'observe aucune réduction significative de la fréquentation des parois. En d'autres termes, si avec l'avancée en âge le nombre de personnes continuant à aller en montagne, diminue, il existe une tendance à augmenter le nombre de sorties, du fait de la quantité supérieure de temps libre bien entendu. Il est enfin intéressant de voir qu'en général le nombre de sorties est substantiellement identique pour les hommes et les femmes, tant pour les randonneurs que pour les alpinistes, ce qui permet de supposer que la fraction de femmes se rendant en montagne pourra augmenter à l'avenir.

f) Evaluation de la fréquentation des sentiers

Il est largement reconnu qu'en certaines périodes et dans certaines zones le nombre d'usagers des sentiers et des voies d'escalade est très élevé. Il suffit de peu de données pour rendre compte du phénomène : une étude faite à Cortina d'Ampezzo a indiqué que les quelque 110 km² du Parc naturel des Dolomites d'Ampezzo ont accueilli 232 000 visiteurs en août 1999. En moyenne 30 000 personnes empruntent chaque été l'itinéraire de la route des tunnels sur le mont Pasubio dans la province de Vicenza. Le long de la vallée du Mis, dans le Parc naturel des Dolomites de Belluno, on a pu compter plus de 60 000 personnes. Il a donc semblé utile de demander aux adhérents CAI leur opinion en la matière. En moyenne 50% des personnes interviewées déclare avoir rencontré par moments un nombre excessif de personnes lors d'une sortie en montagne. Même si le concept de « nombre excessif de personnes » est sans aucun doute fortement subjectif, le fait qu'il a été signalé par autant d'adhérents semble indiquer que le pression anthropique sur les sentiers et les voies d'escalade est souvent trop élevée. La fraction des usagers qui se plaignent est la plus élevée dans la région des Dolomites (63% en Trentin-Haut Adige et 55% en Vénétie et en Frioul Vénétie Julienne), et au contraire beaucoup plus faible parmi les résidents des Apennins (48% dans le Centre, le Sud et les Iles). Le phénomène est en outre plus fortement perçu par les grimpeurs (57%) que les randonneurs (47%) et ceci peut être dû tant à l'approche différente de la montagne de ces deux catégories d'usagers (la randonnée par nature amène à une plus grande convivialité et rend plus tolérant par rapport à un nombre élevé de rencontres) qu'à des problèmes de caractère purement technique (la sur-fréquentation sur les voies d'escalade peut être source d'un réel danger).

Effets de la sur-fréquentation	pour les alpinistes	pour les randonneurs
Aucun problème	20.8%	29.2%
Risques pour la sécurité	22.5%	11.8%
Réduction du plaisir de la sortie	32.9%	40.9%
Dégradation des sentiers	8.4%	8.3%
Dommages pour l'environnement	19.1%	17.7%

Alors qu'il semble régner une uniformité de vues substantielle par rapport aux problèmes environnementaux et aux dommages aux sentiers, un pourcentage supérieur d'alpinistes se plaint de la baisse du plaisir de l'escalade e, à ne pas sous-évaluer, 22,5% relèvent la possibilité d'en dériver des risques pour la sécurité. Même s'il n'est pas imaginable qu'en Italie aussi on en arrive à faire payer l'accès à certaines voies d'escalade (comme c'est le cas dans certains autres pays), il est certain que sous peu se posera le problème de mettre en place une quelconque forme de contrôle, au moins dans certains massifs montagneux et à certaines périodes de l'année.

(fiche réalisée avec la contribution de Mara Thiene et Tiziano Tempesta- Université de Padoue).

g) Références (sélection)

Tiziano Tempesta e Mara Thiene, Escursionismo alpino e gestione del territorio: alcune ipotesi operative di ricerca, Padova, 1999.

Costi e benefici sociali dell'attività escursionistica ed alpinistica. Rapporto fra sentieristica e sicurezza degli escursionisti, in Atti del Convegno Sentieri al bivio?, (2001) Trento, 1.06.2000 (T. Tempesta, M. Thiene).

Il contributo delle aree protette allo sviluppo economico della montagna: uno studio nel Parco Naturale delle Dolomiti Ampezzane, (2001), Atti del XXXVII Convegno SIDEA "Innovazione e ricerca nell'agricoltura italiana", Bologna, 14-16.09.2000, C. Pirazzoli (ed.), pp.585-595, (T. Tempesta, M. Thiene).

Benefits and costs of mountaineering and hiking in the Eastern Alps, (2002), in Atti del Convegno Internazionale UIAA "Benefits and Costs of Mountaineering for Regions and Communities" in Celebration of the IYM 2002, Istituto Trentino di Cultura, Trento, 03.05.2002, pp.35-39 (M. Thiene).

La popolazione dei frequentatori della montagna e gli incidenti montani (2002), Relazione conclusiva progetto Regione Veneto Indagine "Rischio cardiovascolare nelle attività sportive nelle aree montane", (Tempesta T., M. Thiene).

Da Pozzo M., Tempesta T. e Thiene M., (ed.), Turismo e attività ricreative a Cortina d'Ampezzo (2003), FORUM, Udine, ISBN 88-8420-114-4.

Non-participation, demand intensity and substitution effects in an integrable demand system: the case of day trips to the North Eastern Alps, (2003), Chapter 6 in The new economics of outdoor recreation, N. Hanley, D. Shaw and R. Wright (ed.), Edward Elgar publisher, pp.98-122, (Scarpa, R., Tempesta, T. Thiene M.).

La domanda escursionistica della montagna veneta: un'analisi tramite modelli di conteggio con varianza flessibile, (2003), Rivista di Economia Agraria, n.1

(LVII), pp.47-78, (Scarpa, R., Tempesta T., Thiene M.).

Measuring the relevance of visitors' congestion: an application to climbers' satisfaction in North Eastern Italian Alps, (2003), Convegno EAERE, 28-30.06.2003, Bilbao (Spain), (Eugenio-Martin J.L., M. Thiene).

La Montagna Veneta e la Domanda Ricreativa della Popolazione Residente, (2004) in Atti del XL Convegno SIDEA "La Liberalizzazione degli scambi dei prodotti agricoli tra conflitti ed accordi: il ruolo dell'Italia", E. Defrancesco (ed.), Università degli Studi di Padova, 18-20.09.2004, (Tempesta T., M. Thiene).

D. ADRESSES

1. Autriche

a) Niveau national

Réseaux nationaux d'hébergement et de restauration

Österreichischen Alpenverein (club alpin autrichien) OeAV (Alpine Huts)
Wilhelm-Greil-Straße 15, A-6010 Innsbruck
T +43 (0) 512 59547, F +43 (0) 512 575528
huetten.wege@alpenverein.at, www.alpenvereinshuetten.at

Österreichs Wanderdörfer (villages de randonnée autrichiens)
Unterwollaniger Straße 53, A-9500 Villach
Info-Hotline +43 (0) 4242 257531, F +43 (0) 4242 21 66 30
office@wanderdoerfer.at, www.wandern-in-oesterreich

Österreichischer Jugendherbergverband (association autrichienne des auberges de jeunesse)
Schottenring 28, A-1010 Wien
T +43 (0) 1 5335353, F +43 (0) 1 5350861,
oejhv-zentrale@oejhv.or.at, www.oejhv.or.at

Bundesverband der Privatvermieterorganisationen in Österreich (association fédérale des hébergeurs privés d'Autriche)
Hof Nr. 104, A-5322 Hof bei Salzburg
office@privatvermieter.at, www.privatvermieter.at

Die BIO-Hotels, Verein für Angebotsentwicklung und Marketing
Brunnwald 400, A-6465 Nassereith
T/F +43 5265/5099
service@biohotels.info, www.biohotels.info

Landhotels Österreich (hôtels ruraux d'Autriche)
Blütenstr. 3, A-4040 Linz
T +43 (0) 732 654756, F +43 (0) 732 654757
info@landhotels.at, www.landhotels.at

Europa Wanderhotels (hôtels de randonnée européens)
Postfach 100, A-9773 Irschen
T/F +43 (0) 4710 2780
europa@wanderhotels.com, www.wanderhotels.com/
G'sund und Vital
Hof 229, A-6951 Lingenau
T +43 (0) 5513 6242 0, F +43 (0) 5513 6242 6
Hotline 00800 2535 2636
office@gsund.com, www.gsund.com/

Landidyll
Wienergasse 146, A-2380 Perchtoldsdorf
T +43 (0) 18673660
office@landidyll.at, www.landidyll.at

50plus Hotels Österreich
Prof. Kaserer Weg 333, A-3491 Straß
T +43 (0) 2735 5535 0, F +43 (0) 2735 5535 14
info@50plusHotels.at, www.50plushotels.at

Tyrolean Hiking Hotels
c/o MBS, Unterm Hohen Rain 1a, A-6460 Imst
www.wanderhotels.at

Exemples de bonnes pratiques:
Gastwirte Nationalpark Hohe Tauern / Jugendhäuser National Park Hohe Tauern
Saalfeldnerstraße 7, A-5700 Zell am See
T +43 (0) 6542 72393 27, F +43 (0) 6542 72393 26
gastwirte@nationalpark.at, www.gastwirte-nationalpark.at,
jugend-nationalpark.at

Partnerbetriebe Biosphärenpark Großes Walsertal
Jagdbergstraße 272, A-6721 Thüringerberg
T +43 (0) 5550 20360, F +43 (0) 5550 2417 4
biosphaerenpark@grosseswalsertal.at,
biosphaerenpark.grosseswalsertal.at

Organismes nationaux en charge du tourisme

Österreich Werbung
Margaretenstr. 1, A-1040 Wien
T +43 (0)1 588 66 0, F +43 (0) 1 588 66 20
urlaub@austria.info, www.austria-tourism.at

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (ministère de l'économie et du travail)
Stubenring 1, A-1011 Wien
T +43 (0) 1 71100 0
service@bmwa.gv.at, www.bmwa.gv.at

Wirtschaftskammer (chambre de commerce nationale)
Wiedner Hauptstraße 63, A-1045 Wien
T +43 (0) 5 90 900 0, F +43 (0) 5 90 900 - 250
wkoe@wko.at, wko.at

Réseaux nationaux de randonnée

Österreichischen Alpenverein (club alpin autrichien) OeAV
Wilhelm-Greil-Straße 15, A-6010 Innsbruck
T +43 (0) 512 59547, F +43 (0) 512 57528
office@alpenverein.at, www.alpenverein.at

Naturfreunde Österreich
Viktoriagasse 6, A-1150 Wien
T +43 (0) 1 8923534, F +43 (0) 1 8923534 36
susanna.mattes@naturfreunde.at, www.naturfreunde.at

Österreichischer Touristenklub ÖTK
Bäckerstraße 16, A-1010 Wien
T +43 (0) 1 512 38 44, F +43 (0) 1 512 16 57 74
zentrale@touristenklub.at, www.touristenklub.at

Réseau nationaux de durabilité

Forum Umweltbildung (éducation environnementale)
Salzburg
Hellbrunnerstr. 34, A-5020 Salzburg
T +43 (0) 662/8044-5815, F +43 (0) 662/8044-5822
forum.salzburg@umweltbildung.at, www.umweltbildung.at

Forum Umweltbildung (éducation environnementale) Wien
Alser Straße 21, A-1080 Wien
T +43 (0) 1/402 47 01, F +43 (0) 1/402 47 01-51
forum@umweltbildung.at, www.umweltbildung.at

Netzwerk-Servicestelle LEADER+
ÖAR-Regionalberatung GmbH, A-1010 Wien
T +43 1 512 1595-12, F +43 1 5121595-10
fidlschuster@oear.co.at, www.leader-austria.at

Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusbetriebe (label écologique autrichien pour le tourisme)
Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Stubenbastei 5, A-1010 Wien
T +43-1-515221648, F. +43-1-515227649
susanne.chlan@bmu.gv.at, www.umweltzeichen.at

Eco-Tour
Diefenbachgasse 36/3, A-1150 Wien
T +43-1-8923877, F +43-1-8129789
nfi@nfi.at, www.eco-tour.org

Interessengemeinschaft Sanfte Mobilität (communauté d'intérêts sur la mobilité douce)
Klostergasse 2, A-6850 Dornbirn
T +43 5572 386781; F +43 5572 386781 9
igmobil@busoffice.at, www2.vol.at/igmobil/home.htm

Exemples de bonnes pratiques:
Grüne Hand (main verte)
Gemeinde Saalbach, c/o C.Deutinger, Hotel Birkenhof
Haldweg 312. A-5754 Saalbach-Hinterglemm
T + 43 (0) 6541 6257. F + 43 (0) 6541 8482
www.eco-tour.org/info/w_10084_de.html

Q-Plus Kleinwalsertal
Kleinwalsertal – Tourismus, Im Walserhaus, D-87568 Hirschegg
T +43-551751140, F. +43-5517-511421
kwt_tourismus@vol.at, www.kleinwalsertal.com

Raiffeisen Förderungspreis (prix)
Naturforum Weissensee, c/o Weissensee Information, A-9762 Weissensee
T +43-4713-22200, F. +43-4713-222044
weissensee@carnica.or.at

Regionalmarke Nationalpark Hohe Tauern (marque régionale)
ARGE Nationalparkregion Hohe Tauern, c/o Bezirksbauernkammer, Saalfeldnerstr. 7, A-5700 Zell am See
T +43-6542-72393-26, F. +43-6542-72393-30
office@nationalparkregion.co.at, www.nationalparkregion.at

Label écologique pour refuges de montagne
Deutscher Alpenverein, Postfach 500 200
D-80972 München
T +49-89-14003-0, F. +49-89-14003-71
info@alpenverein.de, www.alpenverein.de

& Österreichischer Alpenverein, Wilhelm-Greil-Straße 15, A-6010 Innsbruck
T +43 512 59547, F +43 512 575528
office@alpenverein.at, www.alpenverein.at

Umweltsiegel Lungau (label écologique)
Ferienregion Lungau, Postfach 19, A-5582 Lungau
T +43 (0) 6477 8988
info@lungau.net, www.lungau.co.at

Umweltsiegel Tirol-Südtirol (label écologique)
Amt der Tiroler Landesregierung, Adamgasse 2 a, A-6020 Innsbruck
T +43-512-508-3262, F. +43-512-508-3265
g.foeger@tirol.gv.at

b) Niveau régional

Organismes régionaux en charge de la promotion touristique

Voralberg: Voralberg Tourismus, Bahnhofstraße 14, A-6901 Bregenz
T +43 (0)5574 42525 0, F +43 (0) 5574 42525 5
info@vtour.at, www.voralberg-tourismus.at

Tirol: Tirol Werbung, Maria-Theresien-Str. 55, A-6010 Innsbruck
T +43 (0) 512 7272, F +43 (0) 512 7272 7
info@tirol.at, www.tirol.at

Salzburg: SalzburgerLand Tourismus, Postfach 1, A-5300 Hallwang
Telefon +43 (0) 662 6688, F +43 (0) 662 6688 66
info@salzburgerland.com, www.salzburgerland.com

Oberösterreich: Oberösterreich Tourismus, Schillerstraße 50, A-4010 Linz
T +43 (0) 732 600 221, F +43 (0) 732 600 220
tourismus@lto.at, www.lto.at

Steiermark: Steirische Tourismus GmbH, St. Peter Hauptstrasse 243, A-8042 Graz
T +43 (0) 316 40030, F +43 (0) 316 400330
info@steiermark.com, www.steiermark.com

Kärnten: Kärnten Werbung GesmbH, Casinoplatz 1, A-9220 Velden
T +43 (0) 463 3000, F +43 (0) 4274 52100 50
info@kaernten.at, www.kaernten.at

Kärnten: Europaplatz 1
A-9021 Klagenfurt
T +43 (0) 5 90 90 4
wirtschaftskammer@wkk.or.at, wko.at/ktn

Organismes régionaux en charge des itinéraires de randonnée : Landesregierung

Vorarlberg: Amt der Vorarlberger Landesregierung, Vorarlberger Wanderwegekonzept, DI Manfred Kopf, Abteilung Raumplanung und Baurecht, A-6900 Bregenz
T +43 (0)5574 511 27119, F +43 (0)5574/511-927195
manfred.kopf@vorarlberg.at

Tirol: Amt der Tiroler Landesregierung, Tiroler Berg- und Wanderwegekonzept, Amt der Tiroler Landesregierung, Abt. Sport, HR Mag. Friedl Ludescher, Wilhelm-Greil-Straße 17, A-6020 Innsbruck
T +43 (0) 512 508 2390, T +43 (0) 512 508 2395
sport@tirol.gv.at

Salzburg: Amt der Salzburger Landesregierung, Salzburger Berg- und Wanderwegekonzept, Abteilung 15 Wirtschaft, Tourismus und Energie, Referat 15/04 Tourismus, A-5010 Salzburg, Postfach 527
T +43 (0) 662 8042 3795
wirtschaft@salzburg.gv.at, www.salzburg.gv.at/tourismus

Oberösterreich: Amt der Oberösterreichischen Landesregierung, Wander- und Bergwegekonzept Oberösterreich, Dr. Maria Schmeiss, Überörtliche Raumplanung, Annagasse 2, A-4011 Linz
T +43 (0) 7327720 4827, T +43 (0) 732 7720 4819
Maria.schmeiss@oeev.gv.at

Steiermark: Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Wanderwegekonzept Steiermark, Dr. Manfred Pögl, Referatsleiter touristischer Strategien und Konzepte, Projekt- und Destinationsmanagement, A-8011 Graz-Burg
T +43 (0) 316 877 2261, F +43 (0)3169 877 2008
manfred.poegl@stmk.gv.at

Kärnten: Amt der Kärntner Landesregierung, Tourismusbeauftragter, Dr. Hannes Slamanič, Abteilung 20-Landesplanung, Wulfengasse 13, A-9020 Klagenfurt
T +43 (0) 463 536 32051, F +43 (0) 463 536 32007

Organismes régionaux en charge du commerce, des services et de l'industrie : Wirtschaftskammer

Vorarlberg: Wichnergasse 9, A-6800 Feldkirch
T +43 (0)5522 305
praesidium@wkv.at, wko.at/vlbg

Tirol: Meinhardstraße 14, A-6020 Innsbruck
T +43 (0)5 90 90 5
office@wktiro.at, wko.at/tirol

Salzburg: Julius-Raab-Platz 1, A-5027 Salzburg
T +43 (0) 662 88 88
Wirtschaftskammer@sbg.wk.or.at, wko.at/sbg

Oberösterreich: Hessenplatz 3, A-4010 Linz
Telefon +43 (0) 5 90 90 9
wirtschaftskammer@wkoee.at, wko.at/ooe

Steiermark: Körblergasse 111-113, A-8021 Graz
T +43 (0) 316 601
office@wkstmk.at, wko.at/stmk

c) Niveau local

Organismes locaux en charge du développement durable et de l'environnement

Vorarlberg:
LA 21 Vorarlberg, Büro für Zukunftsfragen, Weiherstr. 22, A-6900 Bregenz
T +43 (0) 5575 511 20605, F +43 (0) 5574 511 920695
zukunftsbuero@vorarlberg.at,
www.vorarlberg.at/zukunftsbuero, www.unternehmen-v.at

LEADER Vorarlberg, Entwicklungsverein Natur- und Kulturerbe Vorarlberg, A-6780 Schruns
T +43 (0) 5556 72132 17, F +43 (0) 5556 72132 9
leader@leader-vlbg.at, www.leader-vlbg.at

Tirol:
LA 21-Leitstelle, Brixnerstraße 02, A-6020 Innsbruck
T +43 (512) 508 3484, F +43 (0) 512 508 3499
agenda-tirol@tirol.gv.at, www.agenda-tirol.at

LEADER Außerfern, Regionalentwicklung Außerfern, A-6600 Pflach
T. +43 (0) 5672 62387
verein.rea@aon.at

LEADER Bezirk Imst, Regionalentwicklung Bezirk Imst, A-6424 Silz
T +43 (0) 664 242 07 94, F +43 (0) 5263 20134 14
wkraeutler@pline.at

Salzburg:
LA 21 - Amt der Salzburger Landesregierung, Abteilung 16 Umweltschutz, Michael-Pacher-Straße 36, A-5020 Salzburg
T +43 (0) 662 8042 4738, F +43 (0) 662 8042 4167
markus.graggaber@salzburg.gv.at, www.salzburg.gv.at

LEADER Salzburger Saalachtal, LAG Salzburger Saalachtal, A-5760 Saalfelden
T. +43 6582 75187, F. +43 6582 75187
theba@sbg.at

LEADER Pongau, Lebens. Wert Pongau, A-5500 Bischofshofen
T +43 (0) 6462 33030 35, F +43 (0) 6462 33030 34
regionalforum@aon.at, www.regionalforum-pongau.org

LEADER Tennengau, A-5400 Hallein
T +43 (0) 6245 70050 5, F. +43 (0) 6245 7005070
regionalverband@tennengau.com, www.tennengau.at

Oberösterreich:
LA 21 Oö. Akademie für Umwelt und Natur, Leitstelle Agenda 21 – beim Amt der OÖ Landesregierung, Stockhofstraße 32, A-4021 Linz
T +43 (0) 732 7720 14444, F +43 (0) 732 7720 14420
guenther.humer@ooe.gv.at, www.lebensraummitzukunft.at

LEADER Salzkammergut, Kulturerbe Salzkammergut Emi KALS, A-4830 Hallstatt
T +43 (0) 6134 8723
office@regis.or.at, www.regis.or.at

LEADER Upper Austria, ANNE Nationalpark Naturregion Eisenwurzen, DI Föbleitner Felix, A-4594 Steinbach/Steyr
T+43 (0) 7257 8484-81, F +43 (0) 7257 84 84-34
foessleitner@regionalforum.at, www.regionalforum.at

Steiermark:

LA 21 -Verein Ökologische Landentwicklung Steiermark (ÖLE), Am Ökopark 4, A-8230 Hartberg
T +43 (0) 3332 62922, F +43 (0) 3332 62922 4
office@oele-stmk.at, www.oele-stmk.at

LEADER Steirisches Salzkammergut, A-8990 Bad Aussee
+43 (0) 3622 52511 0, +43 (0) 3622 52511 27
reinhard.weidacher@badaussee.at, www.ausseerland.at

LEADER Gesäuse-Eisenwurzen, Natur- und Kultur Gesäuse und Eisenwurzen, A-8933 St. Gallen
T +43 (0) 3632 7714
naturpark@eisenwurzen.com, www.eisenwurzen.com

LEADER Weststeiermark, Lang Harald, A-8430 Leibnitz
+43 (0) 3452 84510
m.sw@aon.at

Kärnten:

LA 21 - Amt der Kärntner Landesregierung, Abt. 20, Akademie der Dorf- und Stadtentwicklung Kärnten, Wulfengasse 15, A-9020 Klagenfurt
T +43 (0) 50536 32026, F +43 (0) 50536 32040
adsk@ktn.gv.at, www.lokalagenda21.at

LEADER Unterkärnten, Regionalkooperation Unterkärnten, A-9170 Ferlach
T +43 (0) 4227 5119, F +43 (0) 4227 4970
office@camica-rosental.at, www.camica-rosental.at

LEADER Villach – Karnische Region, Regionale Entwicklungs GmbH Region Villach - Karnische Region, A-9500 Villach
T +43 (0) 4242 205 6016, F +43 (0) 4282 313131
karnische.region@utanet.at, www.rm-naturarena.at

**Organismes locaux en charge du développement touristique :
Regionalmanagement**

Vorarlberg:

RM Stand Montafon, Montafonerstraße 21, A-6780 Schruns
T +43 (0) 5556 7213217, F +43 (0) 5556 721329
stand@montafon.at

RM Biospherepark Großes Walsertal, Jagdbergstraße 272, A-6721 Thüringerberg
T +43 (0) 5550 20360, F +43 (0) 5550 2417-4
biosphaerenpark@grosseswalsertal.at

RM Bregenzerwald, Regionalentwicklung Bregenzerwald GmbH, Impulszentrum Bregenzerwald, Gerbe 1135 A-6863 Egg/Vorarlberg
T +43 (0) 5512 26 000, F +43 (0) 5512-26 000 4
regio.gf@bregenzerwald.vol.at, http://regio.bregenzerwald.at

Tirol:

RM Außerfern, Regionalentwicklung Ausserfern REA, Kohlplatz 7, A-6600 Pflach
T +43 (0) 5672 62387, F +43 (0) 5672 62387 43
verein.rea@aon.at

RM Alpine Park Karwendel, Amt der Tiroler Landesregierung, Abteilung Umweltschutz, Altes Landhaus, A-6010 Innsbruck
T +43 (0) 512 508 3460
info@karwendel.org, www.karwendel.org

RM Silberregion, Stadt- und Regionalmarketing Silberregion Schwaz, Franz-Josef-Straße 2
A-6130 Schwaz
T +43 5242 6960 331, F +43 5242 6960 332
silberregion@schwaz.at, www.silberregion.at

RM Nature Park Zillertal, OeAV-Heim Sektion Zillertal, Sportplatzstr. 307, A-6290 Mayrhofen
T / F +43 (0) 5285 63601
naturpark.zillertal@alpenverein.at, www.naturpark-zillertal.at

RM East Tyrol, Amlacherstraße 12, A-9900 Lienz
T/F +43-(0)4852-72820 44, Mob +43 (0) 664 1626500
info@regionsmanagement-osttirol.at

RM MIAR Landeck, Bezirk Landeck, A-6500 Landeck Bruggfeldstraße 5/4/23
T +43 (0) 5442 67804, F +43 (0) 5442 67816
office@miar.at, www.miar.at

RM Bezirk Imst, A-6424 Silz, Widumgasse 27
T +43 (0) 5263 51174, F +43 (0) 5263 51174 4
regionalentwicklung.imst@pline.at, www.iri.at

Salzburg:

RM Pinzgau Verein, Stadtplatz 1, A-5700 Zell am See
T +43 (0) 6542 760 6818, F +43 (0) 6542 760 6719
michael.payer@salzburg.gv.at, www.regpi.at

RM Pongau, Wenig 42, A-5453 Werfenweng
T +43 (0) 646 6414, F +43 (0) 646 23303034
regionalforum@aon.at

Oberösterreich:

RM Salzkammergut, A-4810 Gmunden
Miller von Aichholzstr. 50
T +43 (0) 7612 73396 5290, F +43 (0) 7612 73396 5294
office@rmsk.at, www.rmsk.at

RM NP Nördliche Kalkalpen, Nationalparkallee 1, A-4591 Molln
T +43 (0) 7584 3651, F +43 (0) 7584 3654
nationalpark@kalkalpen.at, www.kalkalpen.at

Steiermark:

RM Liezen, Rathausplatz 3, A-8940 Liezen
T +43 (0) 3612 25970, F +43 (0) 3612 25970 20
mml@mml.at

RM Obersteiermark-West, Bundesstraße 66, A-8740 Zeltweg
T +43 (0) 3577 758 320, F +43 (0) 3577 758 325
office@murtal.at, www.murtal.at

RM EU-Regionalbüro Voitsberg, Conrad v. Hötzendorfstraße 14a, A-8570 Voitsberg
T +43 (0) 3142 23595, F +43 (0) 3142 23595
pf@westnet.at, www.eurm.or.at

RM Südwest Steiermark, Grazer Gasse 4, A-8430 Leibnitz
T +43 (0) 3452 84510 0, F +43 (0) 3452 84510 30
m.sw@aon.at

RM Nationalpark Gesäuse, Weng 2, A-8913 Weng im Gesäuse
T +43 (0) 3613 21000, F +43 (0) 3613 21000 18
info@nationalpark.co.at, www.nationalpark.co.at

Kärnten:

RM Villach-Karnische Region, Hauptstraße 14 A-2690 Hermagor
T +43 (0) 4282 4582, F +43 (0) 4282 313131
karnische.region@utanet.at, www.rm-austria.at/villach

RM Unterkärnten, Sponheimerplatz 1, A-9170 Ferlach
T +43 (0) 4227 5119, F +43 (0) 4227 4970
office@carnica-rosental.at, www.tiscover.com/carnica-rosental

Organismes locaux en charge de la promotion touristique

Vorarlberg:

Montafon Tourismus, Montafonerstr. 21
A-6780 Schruns, Österreich
T +43 (0) 5556 722530, F +43 (0) 5556 74856
info@montafon.at, www.tiscover.at/montafon

Bodensee-Alpenrhein Tourismus, Römerstrasse 2
Postfach 6901 16, A-6900 Bregenz
T +43 (0) 5574 43443, F +43 (0) 5574 43443 4
service@bodensee-alpenrhein.at, www.bodensee-alpenrhein.at

Alpenregion Bludenz, Rathausgasse 12, A-6700 Bludenz
T +43 (0) 5552 30227, F +43 (0) 5552 302273
alpenregion@bludenz.at, www.alpenregion.at

Bregenzerwald Tourismus, Impulszentrum 1135, A-6863 Egg,
Postfach A-6863 29
T +43 (0) 5512 2365, F +43(0) 5512 3010
info@bregenzerwald.at, www.tiscover.at/bregenzerwald

Tirol:

Lechtal Tourismus, Elbigenalp 55 b, A-6652 Elbigenalp
T +43 (0) 5634-5315, F +43 (0) 5634 5316
info@lechtal.at, www.lechtal.at

Tannheimer Tal Tourismus, A-6675 Tannheim
T +43 (0) 5675 62 5 30, F +43 (0) 5675 68 12
info@tannheimertal.com, www.tannheimertal.com

Ferienregion Reutte, Tourismusverband Ferienregion Reutte,
Untermarkt 34, A-6600 Reutte
T +43 (0) 5672 62336, F +43 (0) 5672 65422
info@reutte.com, www.ferienregion-reutte.at

Zugspitz Arena, Tourismusregion Tiroler Zugspitz Arena
Kirchplatz 1, A-6632 Ehrwald
T +43 (0) 56 73 20 000, F +43 (0) 56 73 20 000 2
www.zugspitzarena.com, info@zugspitzarena.com

Olympiaregion Seefeld, Klosterstr. 43, A-6100 Seefeld
T +43 (0) 5212 2313, F +43 (0) 5212 3355 •
region@seefeld.com, www.seefeld-tirol.com/

Tourismusverein Schwaz-Pill, Franz-Josef-Str. 2, A-6130
Schwaz
T +43 (1) 5242 632 40 0, F +43 (1) 5242 65630
tourismus@schwaz.at, www.schwaz-info.at

Dursterstr. 225, A-6290 Mayrhofen
T +43 (0) 5285 6760, F +43 (0) 5285 676033
info@mayrhofen.at, www.tiscover.at/mayrhofen

TVB TirolWest, A-6500 Landeck, Postfach 55
T +43 (0) 5442 65600, F +43 (0) 5442 65600 15
info@tirolwest.at, www.tiscover.at/landeck

Tourismusverband Pitztal, Unterdorf 18, A-6473 Wenns,
Österreich
T +43 (0) 5414 86999, F +43 (0) 5414 8699988
info@pitztal.com, www.tiscover.at/pitztal

Ötztal Arena, Tourismusverband Ötztal Arena, Rettenbach
466, A-6450 Sölden/Hochsölden, Postfach 6450 Postfach 90
T +43 (0) 5254 5100, F +43 (0) 5254 510520
info@soelden.com, www.tiscover.at/oetztal-arena

Erl, Dorf 39, A-6343 Erl
T +43 (0) 5373 8117, F +43 (0) 5373 8487
tvb@erl.at, www.erl.at

Osttirol Werbung GmbH, Albin-Egger-Str. 17/II, A-9900 Lienz
T +43 (0) 4852 65333, F +43 (0) 4852 653332
info@osttirol.com, www.osttirol-tourismus.at

Hochpustertal, TVB Hochpustertal, A-9920 Sillian 86
T +43 (0) 4842 6666, F +43 (0) 4842 6666 15
info@hochpustertal.com, www.hochpustertal.com

Kartitsch, Anton Kollreider Tourismusverband Kartitsch,
Kartitsch 80, A-9941 Kartitsch
T +43 (0) 4848 6301, F +43 (0) 4848 630115
info@kartitsch.com, www.tiscover.at/kartitsch

Obertilliach, Tourismusbüro Obertilliach-Untertilliach, Dorf 4,
A-9942 Obertilliach
T +43 (0) 4847 5255, F +43 (0) 4847 525511
info@obertilliach.com, www.tiscover.at/obertilliach

Salzburg:

Pinzgauer Saalachtal, Loferer Straße 5, A-5090 Lofer
T +43 (0) 6582 74017, F +43 (0) 6582 74017 4
office@pinzgauer-saalachtal.co.at,
www.salzburgerland.com/saalachtal

Dorf 65, A-5761 Maria Alm
T +43 (0) 6584 7816, F +43 (0) 6584 7600
info@tourismusverband-maria-alm.co.at,
www.salzburgerland.com/maria-alm/

Tourismusverband Werfen, Markt 24,
A-5450 Werfen
T +43 (0) 6468 5388, F +43 (0) 6468 7562
info@werfen.at, www.werfen.at

Weng 58, A-5453 Werfenweng
T +43 (0) 6466 42 00, F +43 (0) 6466 581 72
tourismusverband@werfenweng.org, www.werfenweng.org

Lammertal, Markt 165, A-5441 Abtenau
T +43 (0) 6243 4040 0, F +43 (0) 6243 4040 40
ferien@lammertal.info, www.lammertal.info

Oberösterreich:

Inneres Salzkammergut, Kirchengasse 17, A-4822 Bad
Goisern
T +43 (0) 6135 83290, F +43 (0) 6135 832974
tourismus@bad-goisern.at, www.salzkammergut-ferien.at

Nationalparkregion Ennstal, Kirchenplatz 3, A-4463
Großraming
T +43 (0) 7254 8414, F. +43 (0) 7254 84144
nationalparkregion@oberoesterreich.at,
www.nationalparkregion.com

Steiermark:

Salzkammergut-Ausseeerland, Bahnhofstrasse 132, A-8990
Bad Aussee
+43 (0) 3622 54040 0, +43 (0) 3622 54040 7
info@ausseeerland.at, www.ausseeerland.at

Steirisches Oberland, Peter-Tunner-Straße 2, A-8700 Leoben
T +43 (0) 3842 48148, F +43 (0) 3842 48341
leoben@oberland.cc, www.tiscover.at/steirisches-oberland

Tourismusregionalverband Oberes Murtal, Hauptplatz 15a, A-8720 Knittelfeld
T +43 (0) 3512 74406, F +43 (0) 3512 864646
office@msm.co.at, www.tiscover.at/murtal-freizeitarena

Region Süd-Weststeiermark, Hauptplatz 34, A-8530 Deutschlandsberg
T +43 (0) 3462 43152, F +43(0) 3462 30401
weststeiermark-info@utanet.at,
www.tiscover.at/weststeiermark

Kärnten:

Naturarena Gail-, Lesach-, Gitschtal, Weissensee, Hauptstraße 14, A-9620 Hermagor
T +43 (0) 4282 3131, F. +43 (0) 4282 3131 31
info@naturarena.com, www.naturarena.com

Villach-Warmbad / Faaker See / Ossiacher See Tourismus GmbH, Töbringer Straße 1, A-9523 Villach-Landskron
T +43 (0) 4242 42000, F +43 (0) 4242 4200042
office@vi-fa-os.at, www.dalachtdascherz.at

Carnica Region Rosental, Sponheimer Platz 1, A-9170 Ferlach
T +43 (0) 4227 5119, F +43 (0) 4227 4970
info@carnica-rosental.at, www.carnica-rosental.at

Tourismusverband Klopeiner See-Turnersee, Schulstraße 10, A-9122 St. Kanzian/Seelach
T +43 (0) 4239 2222, F +43 (0) 4239 3065
klopeinersee@aon.at, www.tiscover.at/klopeinersee-suedkaernten

Regionalverband Lavanttal, Minoritenplatz 1, A-9400 Wolfsberg
T +43 (0) 4352 2878, F +43 (0) 4352 28789
info@region-lavanttal.at, www.tiscover.at/lavanttal

2. France

a) Niveau national

Réseaux nationaux d'hébergement et de restauration

Rando Accueil labels (Rando Gîte, Rando Plume, Rand'Hôtel, Rando Toile, Rando Refuge)
www.rando-accueil.com
Rando Accueil Délégation Alpes: c/o Grande Traversée des Alpes
14 rue de la République, B.P.227, F-38019 Grenoble cedex
T +33 (0) 4 76 42 08 31, F +33 (0) 4 76 42 87 08
gta@grande-traversee-alpes.com, www.grande-traversee-alpes.com

Logis de France
83 avenue d'Italie F-75013 Paris
www.logis-de-france.fr

Gîtes de France
Maison des Gîtes de France et du Tourisme Vert, 59 rue Saint-Lazare, F-75439 Paris Cedex 09
T +33 (0) 1 49 70 75 75, F +33 (0) 1 42 81 28 53
info@gites-de-france.fr, www.gites-de-france.fr

Clefs vertes
Office français de la Fondation pour l'Éducation à l'Environnement, 6, avenue du Maine, F-75015 Paris
T +33 (0) 1 45 49 40 50, F +33 (0) 1 45 49 27 69
contact@ladeverte.org, www.ladeverte.org

Hôtels au naturel
Fédération des Parcs naturels régionaux de France, 9 rue Christiani, F-75018 Paris
T +33 (0) 44 90 86 20, F +33 (0) 1 45 22 70 78
info@parcs-naturels-regionaux.tm.fr, www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr/hotels_au_naturel

Organismes nationaux en charge du tourisme

Maison de la France
20, avenue de l'Opéra, F-75001 Paris
T +33 (0) 1 42 96 70 00, F +33 (0) 1 42 92 70 71
www.franceguide.com

Agence Française de l'Ingénierie Touristique
2, rue Linois, F-75740 Paris Cedex 15
T +33 (0) 1 44 37 36 00, F +33 (0) 1 44 37 36 69
www.afit-tourisme.fr

Observatoire National du Tourisme (ONT)
8, avenue de l'Opéra, F-75001 Paris
T +33 (0) 1 44 77 95 40, F +33 (0) 1 44 77 95 50
www.ont-tourisme.com

Direction du Tourisme
2, rue Linois, F-75740 Paris Cedex 15
T +33 (0) 1 44 37 36 00, F +33 (0) 1 44 37 36 36
www.tourisme.gouv.fr

Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (FNOTSI)
280, Bld Saint Germain, F-75007 Paris
T +33 (0) 1 44 11 10 30, F +33 (0) 1 45 55 99 50
webmaster@fnotsi.net, www.tourisme.fr

Réseaux nationaux de randonnée

Fédération Française de la Randonnée Pédestre
14, rue Riquet, F-75019 Paris
T +33 (0) 1 44 89 93 93, F +33 (1) 40 35 85 67
info@ffrp.asso.fr, www.ffrp.asso.fr/

Fédération Française des clubs alpins et de montagne (FFCAM)
24 avenue de Laumière, F-75019 Paris
T +33 (0) 1 53 72 87 00, F +33 (0) 1 42 03 55 60
vosquestions@dubalpin.com, www.ffcam.fr

Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade
8-10 Quai de la Marne 75019 Paris
T : 33 (0) 1 40 18 75 50 - F : 01 40 18 75 59 - info@ffme.fr
www.ffme.fr

Autres organismes nationaux en charge de la qualité

Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie ACFCI
45, Avenue d'Iéna, BP 3003, F-75773 Paris Cedex 16
T +33 (0) 1 40 69 37 00, F +33 (0) 1 47 20 61 28
www.acfci.cci.fr

Association française de normalisation AFNOR
11, avenue Francis de Pressensé, F-93571 Saint-Denis La Plaine Cedex
T +33 (0) 1 41 62 80 00, F +33 (0) 1 49 17 90 0
www.afnor.fr

Agence Française pour l'Amélioration de la Qualité AFAQ
T +33 (0) 1 46 11 37 00
info@afaq.org, www.afaq.org

b) Niveau régional

Organismes régionaux en charge de la promotion touristique

Provence-Alpes-Côte d'Azur: Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur
Les Docks – Atrium 10.5, 10 place de la Joliette, BP 46214, F-13567 Marseille cedex 02 - France
T +33 (0) 4 91 56 47 00, F +33 (0) 4 91 56 47 01
information@crt-paca.fr, www.crt-paca.fr

Rhône-Alpes: Comité Régional du Tourisme Rhône-Alpes
104, route de Paris, F-69260 Charbonnières-les-Bains
T +33 (0) 4 72 59 21 59, F +33 (0) 4 72 59 21 60
www.crt-rhonealpes.fr

Organismes régionaux en charge du commerce, des services et de l'industrie

Provence – Alpes – Côte d'Azur:
Chambre régionale de commerce et d'industrie Provence Alpes Côte d'Azur et Corse
8, rue Neuve-Saint-Martin, F-13224 Marseille Cedex 01
T +33 (0) 4 91 14 42 00, F +33 (0) 4 91 14 42 25
www.pacac.cci.fr

AFAQ MEDITERRANEE
141, avenue du Prado, F-13417 Marseille Cedex 08
T +33 (0) 4 96 19 13 20, F +33 (0) 4 91 32 31 21
antenne.marseille@afaq.org

Rhône-Alpes:
Chambre régionale de commerce et d'industrie Rhône-Alpes
75, cours Albert Thomas, 6ème Avenue, F-69447 Lyon Cedex 03
T +33 (0) 4 72 11 43 43, F +33 (0) 4 72 11 43 62
www.rhone-alpes.cci.fr

AFAQ Bureau Pays de Savoie
84, rue des Grands Champs, Lotissement "le jardin de Clémentine", 74370 Metz-Tessy
T +33 (0) 4 50 66 03 51, F +33 (0) 4 50 66 03 52
antenne.savoie@afaq.org

Organismes régionaux en charge du développement touristique

Provence – Alpes – Côte d'Azur: Région Provence – Alpes – Côte d'Azur
Hôtel de la Région, 27, place Jules Guesde, F-13481 Marseille Cedex 20
T +33 (0) 4 91 57 50 57, F +33 (0) 4 91 57 51 51
www.cr-paca.fr

Rhône-Alpes: Région Rhône-Alpes
78 route de Paris - BP 19, F-69751 Charbonnières-les-Bains Cedex
T +33 (0) 4 72 59 40 00, F +33 (0) 4 72 59 42 18
www.cr-rhone-alpes.fr

Organismes régionaux en charge du développement durable et de l'environnement

Provence – Alpes – Côte d'Azur: Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie ADEME, Délégation régionale PACA
2, Boulevard de Gabès, BP 139, F-13267 Marseille cedex 08
T +33 (0) 4 91 32 84 44, F +33 (0) 4 91 32 84 66
ademe.paca@ademe.fr, www.ademe.fr/paca

Rhône-Alpes: Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie ADEME, Délégation régionale Rhône-Alpes
10, rue des Emeraudes, F-69006 Lyon
T +33 (0) 4 72 83 46 00, F +33 (0) 4 72 83 46 26
ademe.rhone-alpes@ademe.fr
www.ademe.fr/htdocs/presentation/Actionregionale/rhone-alpes/frame1.htm

Organismes régionaux en charge des itinéraires de randonnée

Provence – Alpes – Côte d'Azur: Comité régional Provence – Alpes – Côte d'Azur de la randonnée pédestre
21, avenue de Mazargues, F-13008 Marseille
T/F +33 (4) 91 32 17 11
georgette.banon@wanadoo.fr

Rhône-Alpes: Comité régional Rhône-Alpes de la randonnée pédestre
Chemin de St Grat, Route de Joigny, F-73490 La Ravoire
T +33 (0) 4 79 71 00 08, F +33 (0) 4 79 72 88 31
info@ffrp-rhone-alpes.com, www.ffrp-rhone-alpes.com

c) Niveau local

Organismes locaux en charge du développement touristique

Alpes-Maritimes (06):
Conseil Général des Alpes-Maritimes
Service tourisme, Bd Paul Montel, F-06 Nice cedex 1
T +33 (0) 4.97.18.60.00, F +33 (0) 4.97.18.64.09
www.cg06.fr

Communauté de communes de Cians Var
Centre administratif, F-06470 Valberg
T +33 (0) 4.93.23.24.24, F +33 (0) 4 93.02.57.97

Communauté de communes de la Tinée
1870, Rte de la Tinée, F-06420 Pont de Cians
T +33 (0) 4.93.02.96.12, F +33 (0) 4 93.02.96.16
www.cc-tinee.fr

Communauté de communes des stations du Mercantour
Place Jean Gaissa, F-06420 Isola
T +33 (0) 4.93.23.23.30, F +33 (0) 4 93.23.23.33

Communauté d'agglomération de la Riviera Française
5, rue St Charles, F-06500 Menton
T +33 (0) 4.92.41.80.30, F +33 (0) 4 92.41.80.40
www.carf.fr, direction.generale@carf.fr

Communauté de communes des Vallées d'Azur
Maison du Pays, F-06260 Puget-Théniers
T +33 (0) 4.93.05.02.81, F +33 (0) 4 93.05.02.81

Pays des Vallées des Alpes d'Azur Mercantour
Communauté de communes de Cians Var
Centre administratif, F-06470 Valberg
T +33 (0) 4.93.23.24.24, F +33 (0) 4 93.02.57.97

Pays de la Vésubie
Association des communes, Mairie, F-06450 Lantosque
T +33 (0) 4.93.03.00.02, F +33 (0) 4 93.03.03.12

Pays des Paillons
Association pour le développement du pays des Paillons,
Mairie BP 69, F-06392 Contes Cedex
T +33 (0) 4.93.79.00.01, F +33 (0) 4 93.79.06.67

Alpes-de-Haute-Provence (04):
Conseil Général des Alpes de Haute-Provence
Direction du Développement Economique, Finances,
Tourisme et Thermalisme, 13, rue du Docteur Romieu
F-04000, Digne Les Bains
T +33 (0) 4.92.30.04.00, F +33 (0) 4 92.32.35.80
www.cg04.fr

Communauté de communes de l'Ubaye
Maison de la Vallée, F-04400 Barcelonnette
T +33 (0) 4.92.81.28.23, F +33 (0) 4 92.81.15.26

Hautes-Alpes (05):
Conseil Général des Hautes-Alpes
Direction du tourisme, Place Saint-Arnoux, F-05000 Gap
T +33 (0) 4.92.40.38.00, F +33 (0) 4 92.40.38.01
www.cg05.fr

Communauté de communes de Champsaur
Quartier Le Roure, F-05500 St Bonnet-en-Champsaur
T +33 (0) 4.92.50.00.20, F +33 (0) 4 92.50.19.31
cc.champsaur@wanadoo.fr

Communauté de communes du Queyras-l'Escarton du
Queyras
Maison du Queyras, F-05470 Aiguilles
T +33 (0) 4.92.46.78.00, F +33 (0) 4 92.46.80.74
ccqueyras@wanadoo.fr

Communauté de communes du Valgaudemar
Maison de pays, F-05800 St Firmin-en-Valgaudemar
T +33 (0) 4.92.55.23.17, F +33 (0) 4 92.55.31.49

Communauté de communes de l'Embrunais
9, rue de l'Archevêché, F-05200 Embrun
T +33 (0) 4.92.43.22.78, F +33 (0) 4 92.43.55.50

Communauté de communes du Briançonnais
64, Grande Rue, F-05100 Briançon
T +33 (0) 4.92.21.35.97, F +33 (0) 4 92.20.38.90
ccb@briancon.com

Communauté de communes de Savinois-Serre Ponçon
Av. de la Combe d'Or, F-05160 Savines-Le-Lac
T +33 (0) 4.92.44.29.29, F +33 (0) 4 92.44.21.49
cte164@wanadoo.fr

Communauté de communes du Pays des Ecrins
Maison du Canton, F-05120 L'Argentière-La-Bessée
T +33 (0) 4.92.23.11.17, F +33 (0) 4 92.23.04.09
comcom@paysdesecrins.com

Communauté de communes de l'Avance
Mairie, F-05230 La Batie-Neuve
T +33 (0) 4 92.50.20.50, F +33 (0) 4 92.50.21.65

Communauté de communes du Canton de Guillestre
Tour François Bernard, F-05600 Guillestre
T +33 (0) 4 92.45.04.62, F +33 (0) 4 92.45.28.47
communauté@guill.net

Pays Gapençais
Communauté de communes de Champsaur
Quartier Le Roure, F-05500 St Bonnet
T +33 (0) 4 92.50.00.20

Pays Parpaillon Serre-Ponçon
Communauté de communes de Savinois-Serre Ponçon
Av. de la Combe d'Or, F-05160 Savines-Le-Lac
T +33 (0) 4 92.44.29.27

Isère (38):
Conseil Général de l'Isère
7, rue Fantin Latour, BP 1096, F-38022 Grenoble Cedex 1
T +33 (0) 4 76 60 38 38
www.cg38.fr

Communauté de communes du Pays de Corps
Mairie Grande Rue, F-38970 Corps
www.drac-obiou.com, corps@mageos.com

Communauté de communes des Deux Alpes
Maison des Deux Alpes, BP5, F-38860 Les Deux-Alpes
T +33 (0) 4 76.79.20.25, F +33 (0) 4 76.79.50.91
intercommunal.2alpes@wanadoo.fr

Savoie (73):
Conseil général de la Savoie
Château des Ducs de Savoie, BP 1802, F-73018 Chambéry
T +33 (0) 4 79.96.73.73, F +33 (0) 4.79.75.04.72
www.cg73.fr

Communauté de communes Haute Maurienne Vanoise
Centre national des Services publics, F-74380 Lanslebourg
Mont Cenis
T +33 (0) 4.79.05.90.78, F +33 (0) 4 79.05.80.96
cchmv@hautemaurienne.com

Communauté de communes Cœur de Maurienne
Hôtel de ville, F-73302 St Jean de Maurienne cedex
T +33 (0) 4.79.64.11.44, F +33 (0) 4 79.64.37.67
dmm@freesbee.fr

Communauté de communes de la Vallée du Glandon
Mairie, F-73130 St Colomban-des-Villars
T +33 (0) 4.79.56.37.00, F +33 (0) 4 79.59.42.81
info.stmichel@wanadoo.fr

Communauté de communes de l'Arvan
192, Av. des Clapeys, F-73300 St Jean de Maurienne Cedex
T +33 (0) 4.79.64.09.38, F +33 (0) 4 79.83.22.23
avan.villards@wanadoo.fr

Syndicat du pays de Maurienne
192, Av. des Clapeys, F-73303 St Jean de Maurienne Cedex
T +33 (0) 4.79.64.12.48, F +33 (0) 4 79.83.22.23
www.maurienne-expansion.fr

Haute-Savoie (74):
Conseil Général de Haute-Savoie
1 Avenue d'Albigny, F-74041 Annecy Cedex
T +33 (0) 4 50 33 50 00, F +33 (0) 4 50 45 23 30
info@cg74.fr

*voir aussi www.intercommunalites-tech.com pour des listes
des communautés de communes.*

Organismes locaux en charge de la promotion touristique

Alpes-Maritimes (06): Comité régional du tourisme Riviera
Côte d'Azur
55 promenade des Anglais, F- 06000 Nice
T +33 (0) 4 93 37 78 78
info@guideriviera.com, www.crt-riviera.fr/

Alpes-de-Haute-Provence (04): Comité départemental du Tourisme
19, Rue du Docteur Honorat - BP 170, F-04005 Digne les Bains
T +33 (0) 4 92 31 57 29, F +33 (0) 4 92 32 24 94
info@alpes-haute-provence.com, www.alpes-haute-provence.com

Hautes-Alpes (05): Comité départemental du Tourisme
8bis, Rue Capitaine de Bresson, BP46, F-05002 GAP cedex
T + 33 (0) 4 92 53 62 00, F +33 (0) 4 92 53 31 60
hautes-alpes@wanadoo.fr, www.hautes-alpes.net

Isère (38): Comité départemental du tourisme
14, Rue de la République - BP227, F-38019 Grenoble Cedex
T +33 (0) 4 76 54 34 36, F +33 (0) 4 76 51 57 19
www.grenoble-isere.com/cdt/

Savoie: Agence touristique départementale
24, Boulevard de la Colonne, F-73000 Chambéry
T +33 (0) 4 79 85 12 45, F +33 (0) 4 79 85 54 68
www.savoiehautesavoie.com

Haute-Savoie: Agence touristique départementale
56, Rue Sommeiller - BP348, F-74012 Annecy Cedex
T +33 (0) 4 50 51 32 31, F +33 (0) 4 50 45 81 99
www.savoiehautesavoie.com

Organismes locaux en charge du commerce, des services et de l'industrie

Alpes-Maritimes (06): Chambre de commerce et d'industrie
Nice Côte d'Azur
20, bd Carabacel, BP 1259, F-06005 Nice Cedex 1
T 0820 422 222
www.ccinice-cote-azur.com

Alpes-de-Haute-Provence (04): Chambre de commerce et d'industrie de Digne et des Alpes de Haute-Provence
60, bd Gassendi, F-04000 Digne Les Bains
T +33 (0) 4.92.30.80.80, F +33 (0) 4.92.32.04.73
www.digne.cci.fr

Hautes-Alpes (05): Chambre de commerce et d'industrie des Hautes-Alpes
16, rue Carnot, F-05000 Gap
T +33 (0) 4.92.56.56.05. F +33 (0) 4 92.56.56.56.
www.hautes-alpes.cci.fr

Isère(38): Chambre de commerce et d'industrie de Grenoble
1, place André Malraux - BP 297, F-38016 Grenoble Cedex 1
T +33 (0) 4 76 28 28 28, F +33 (0) 4 76 28 27 47
www.grenoble.cci.fr

Savoie (73): Chambre de commerce et d'industrie de la Savoie
5 rue Salteur, F-73024 Chambéry Cedex
T +33 (0) 4 79 75 76 77, F +33 (0) 4 79 75 76 00
accueil@savoie.cci.f, www.savoie.cci.fr

Haute-Savoie (74): Chambre de commerce et d'industrie de la Haute-Savoie Rhône-Alpes
5 rue du 27ème BCA, BP 2072, F-74011 Annecy cedex
T +33 (0) 4 50 33 72 00, F +33 (0) 4 50 52 89 95
www.haute-savoie.cci.fr

Organismes locaux en charge des itinéraires de randonnée

Alpes-Maritimes (06):
Conseil Général des Alpes-Maritimes
Bd Paul Montel, Bureau PDIPR, F-06 Nice cedex 1
T +33 (0) 4.97.18.60.00, F +33 (0) 4 97.18.64.09

Comité départemental de la randonnée pédestre des Alpes-Maritimes
Maison des Associations, 4, avenue de Verdun, F-06800 CAGNES SUR MER
T / F +33 (0) 4 93 20 74 73
info@cdirp06.org, www.cdirp06.org

Alpes-de-Haute-Provence (04):
Association Départementale des Relais et Itinéraires (ADRI)
19 rue du Docteur Honorat, F-04000 Digne-les-Bains
T +33 (0) 4 92 31 07 01, F +33 (0) 4 92 32 14 88
adri.04@laposte.net

Comité départemental de la randonnée pédestre des Alpes-de-Haute-Provence
14, Chemin des Convertis
04350 MALJAI
T / F +33 (0) 4.92.34.01.49
ffrp.cdirp04@wanadoo.fr

Hautes-Alpes (05):
Comité départemental de la randonnée pédestre des Hautes-Alpes
7, Rue du Four Neuf, F-05000 Gap
T/F +33 (0) 4 92 53 65 11
cdirp05@wanadoo.fr
http://perso.wanadoo.fr/cdirp05/

Isère (38):
Conseil Général de l'Isère
Bureau du PDIPR, 7, rue Fantin Latour, BP 1096, F-38022 Grenoble Cedex 1
T +33 (0) 4 76 60 38 38
www.cg38.fr

Comité départemental de la randonnée pédestre de l'Isère
36, rue Nicolas Chorier, F-38000 Grenoble
T / F +33 (0) 4 38 70 06 69
ffrp38@libertysurf.fr

Savoie (73):
Comité départemental de la randonnée pédestre de Savoie
Maison des sports, 90, rue Henri Oreiller, F-73000 Chambéry
T +33 (0) 4.79.33.05.64
cdirp73@wanadoo.fr

Haute-Savoie (74):
Conseil Général de Haute-Savoie
PDIPR, 1 Avenue d'Albigny, F-74041 Annecy Cedex
T +33 (0) 4 50 33 50 00, F +33 (0) 4 50 45 23 30
info@cg74.fr

Comité départemental de la randonnée pédestre de Haute-Savoie
Maison des associations, 3, avenue de la Plaine, F-74000 Annecy
T/F +33 (0) 4 50 51 39 26
cdirp74@wanadoo.fr, www.coderando74.com

Organismes locaux en charge de l'information touristique

Alpes-Maritimes (06): Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative
2 Rue G. Deloye, F-06000 Nice
www.cote-azur.com.fr

Alpes-de-Haute-Provence (04): Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives :
7, avenue des Marronniers, BP 69, F-04800 Gréoux-les-Bains
T +33 (0) 4 92 78 12 95, F +33 (0) 4 92 78 13 00
udotsi.04@laposte.net

Hautes-Alpes (05): Union départementale des OT-SI
Hôtel de la Ferme Blanche, 3 ch. de l'Oratoire, Villarovert, F-05000 Gap
T +33 (0) 4.92.51.03.41, F +33 (0) 4.92.51.35.39

Isère (38): Union départementale des OT-SI
C/O FDOTSI Isère - 14, rue de la République - BP 227, F-38019 Grenoble
T +33 (0) 4.76.54.34.36
udisere@fnotsi.net

Savoie (73): Union départementale des OT-SI
24, Bd de la Colonne, F-73000 CHAMBERY
T +33 (0) 4.79.85.71.02, F +33 (0) 4.79.70.03.15
udsavoie@fnotsi.net, www.udotsi-savoie.com

Haute-Savoie (74): Union Départementale des Offices de Tourisme de Haute Savoie
56 rue Sommeiller, BP 348, F-74012 Annecy cedex
T +33 (0) 4 50 45 45 73, F +33 (0) 4 50 45 81 99
udotsi@udotsi-hautesavoie.com

Voir aussi www.tourist-office.org/otsi.htm pour une liste de tous les offices de tourisme

Organismes locaux en charge de l'hébergement et de la restauration

Alpes-Maritimes (06):
Logis de France 06
CRT, 55 Promenade des Anglais, F-06000 NICE
T +33 (0) 4 93 80 80 40

Gîtes de France
C.R.T. 55-57, promenade des Anglais
B.P. 1602, F-06011 NICE CEDEX 01
T +33 (0) 4.92.15.21.30, F +33 (0) 4.93.37.48.00
gites06@crt-riviera.fr

Alpes-de-Haute-Provence (04):
Logis de France 04
CCI, 60, Boulevard Gassendi, F-04000 Digne-les-Bains
T +33 (0) 4 92 30 80 89, F +33 (0) 4 92 30 80 91

Gîtes de France
Maison du Tourisme - Rond Point du 11 Novembre
B.P. 201, F-04001 Digne-les-Bains Cedex
T +33 (0) 4.92.31.30.40, F +33 (0) 4.92.32.32.63
infos@gites-de-france-04.fr, www.gites-de-france-04.org

Auberges de Pays
CCI, 60, bd Gassendi, F-04000 Digne Les Bains
T +33 (0) 4.92.30.80.80, F +33 (0) 4.92.32.04.73

Hautes-Alpes (05):
Logis de France 05
CCI, 16 rue Carnot - BP 6, F-05001 Gap cedex
T +33 (0) 4 92 56 56 80, F +33 (0) 4 92 56 56 56
logis@hautes-alpes.cci.fr

Gîtes de France
1, place du Champsaur, B.P. 55, F-05002 Gap cedex
T +33 (0) 4.92.52.52.92, F +33 (0) 4.92.52.52.90
gdf05@free.fr, www.gites-de-france-hautes-alpes.com

Charte refuge et gîte d'étape
Conseil Général des Hautes-Alpes, place Saint-Arnoux, F-05000 Gap
T +33 (0) 4.92.40.38.00, F +33 (0) 4 92.40.38.01

Isère (38):
Logis de France
Association départementale des LDF de l'Isère, 14 rue de la République - BP 227, F-38019 Grenoble cedex
T +33 (0) 4 76 54 34 36, F +33 (0) 4 76 51 57 19

Gîtes de France
Maison des Agriculteurs, B.P. 2646, F-38036 Grenoble cedex 2
T +33 (0) 4.76.40.79.40, F +33 (0) 4.76.40.79.99
sirt38@gites-de-france-isere.com, www.gites-de-france-isere.com

Savoie (73):
Logis de France 73
Syndicat Hôtelier, 221 avenue de Lyon - BP 448, F-73004 Chambéry cedex
T +33 (0) 4 79 69 26 18, F +33 (0) 4 79 62 68 33
Gîtes de France
Maison du Tourisme, 24, boulevard de la Colonne, F-73024 Chambéry cedex
T +33 (0) 4.79.85.01.09, F +33 (0) 4.79.85.71.32
gites.france.savoie@wanadoo.fr, www.gites-de-france-savoie.com

Haute-Savoie (74):
Logis de France 74
CCI, 2 rue du Lac, BP 128, F-74004 Annecy cedex
T +33 (0) 4 50 33 72 00, F +33 (0) 4 50 52 89 95

Gîtes de France
Maison du Tourisme Vert, 16, rue Guillaume Fichet, F-74000 Annecy
T +33 (0) 4.50.10.10.11, F +33 (0) 4.50.10.10.12
resa.gites74@wanadoo.fr, www.gites-de-france-haute-savoie.com

Administrations des espaces protégés

Alpes-Maritimes (06) / Alpes-de-Haute-Provence (04):
Parc National du Mercantour
23, rue d'Italie, Boîte postale 316, F-06006 Nice Cedex 1
T +33 (0) 4 93 16 78 88, F +33 (0) 4 93 88 79 05
www.parc-mercantour.fr

Hautes-Alpes (05):
Parc Naturel Régional du Queyras
Route de la Gare - BP 3, F-05600 Guillestre
T +33 (0) 4 92 45 06 23, F. +33 (0) 4 92 45 27 20
pnrq@pnr-queyras.fr, www.pnr-queyras.fr

Hautes-Alpes (05) / Isère (38):
Parc National des Ecrins
Domaine de Charance, F-05000 Gap
T +33 (0) 4 92 40 20 10, F +33 (0) 4 92 52 38 34
www.les-ecrins-parc-national.fr

Savoie (73):

Parc National de la Vanoise
113, rue du Docteur Julliard, Boîte postale 705, F-73007
Chambéry Cedex
T +33 (0) 4 79 62 30 54, F +33 (0) 4 79 96 37 18
www.vanoise.com

3. Allemagne

a) Niveau national

Réseaux nationaux d'hébergement et de restauration

Deutscher Alpenverein (club alpin allemand) DAV (refuges)
Postfach 500 220, D- 80972 München
T +49 (0) 89 14003 0, F +49 (0) 89 14003 11
info@alpenverein.de, www.alpenverein.de

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband e.V. (BHG)
Türkenstrasse 7, D-80333 München
T +49 (0) 89 287 60 , F +49 (0) 89 287 60 111
info@bhg-online.de, www.tiscover.de/bhg-beherbergung

Deutsches Jugendherbergswerk
Hauptverband für Jugendwandern und Jugendherbergen
e.V., Im Gilde-Park, Leonardo-da-Vinci-Weg 1, D-32760
Detmold
T + 49 (0) 5231 9936 0, F + 49 (0) 5231 9936 66
hauptverband@djh.org, www.djh.org

Landidyll
Humboldtstrasse 19, D-99423 Weimar
T +49 (0) 3643-49 15 0, F +49 (0) 3643-49 15 15
zentrale@landidyll.com, www.landidyll.com

Viabono
Friedrich-Ebert-Straße / Haus 51, D-51429 Bergisch Gladbach
T +49 (0) 2204 8423 70
info@viabono.de, www.viabono.de

Organismes nationaux en charge du tourisme

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
Beethovenstraße 69, D-60325 Frankfurt / Main
T +49 (0) 69 97 46 40, F +49 (0) 69 75 19 03
info@d-z-t.com, www.deutschland-tourismus.de

Réseaux nationaux de randonnée

Deutscher Alpenverein e.V. (DAV)
Postfach 500 220, D- 80972 München
T +49 (0) 89 1 40 03 0, F +49 (0) 89 1 40 03 11
huetten.wege@alpenverein.de. www.alpenverein.de

Deutscher Tourismusverband e.V.
Bertha-von-Suttner-Platz 13, D-53111 Bonn
T +49 (0)228 98522 0, F +49 (0) 228 698722
kontakt@deutschertourismusverband.de,
www.deutschertourismusverband.de

Verband Deutscher Gerbergs- und Wandervereine e.V.
(VDGWW, Deutscher Wanderverband)
Wilhelmshöher Allee 157-159, D-34121 Kassel
T +49 (0) 561 93873 0, F +49 (0) 561 93873 10
info@wanderverband.de, www.wanderverband.de

Projektpartner Wandern
Univ.-Prof. Dr. Rainer Brämer
Institut für Erziehungswissenschaft der Universität Marburg,
Wilhelm-Röpke-Straße 6B, D-35032 Marburg
T +49 (0) 6421-282 4709, F +49 (0) 6421 282 8946
braemer@mail.uni-marburg.de, www.staff.uni-
marburg.de/~braemer

Netzwerk Weitwandern
Innerer Grund 4, D-72555 Metzingen
T/F +49 (0) 7123 21322
webmaster@netzwerk-weitwandern, www.netzwerk-
weitwandern.de

Réseaux nationaux de durabilité

Forum Umwelt und Entwicklung
Am Michaelshof 8-10, D-53177 Bonn
T+49 (0) 228 359704, F+49 (0) 228 92399356
www.forumue.de, info@forumue.de

Ecotrans-Ecotip
ECOTRANS e.V., Futterstraße 17-19, D- 66111 Saarbrücken
T +49 (0) 681 374679, F ++49 (0)681 374633
info@ecotrans.de, www.ecotrans.org, www.eco-tip.org

Fahrtziel Natur
Deutsche Bahn AG, Bahn-Umwelt-Zentrum, Schicklerstraße
5-7, D-10179 Berlin
www.fahrtziel-natur.de

Vernetzte Gute Beispiele – Connected Best Practice
Agenda-Transfer. Agentur für Nachhaltigkeit GmbH
Budapester Str. 11, D-53111 Bonn
T +49 (0) 228 60461 35, F +49 (0) 228 60461 38
service@agenda-transfer.de, www.gute-beispiele.de

b) Niveau régional

Organismes régionaux en charge de la promotion touristique

Bayern Tourismus
BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH
Leopoldstraße 146, D-80804 München
T +49 (0) 89 212397 0, F +49 (0) 89 212397 99
tourismus@bayern.info, www.bayern.bybayern-tourismus.de/

Tourismusverband Allgäu-Schwaben
Fuggerstraße 9, D-86150 Augsburg
T +49 (0) 821 45 04 01-0, F +49 (0) 821 45 04 01-20
info@tvabs.de, www.allgaeu.de

Tourismusverband München-Oberbayern
Bodenseestraße 113, D-81243 München
T +49 (0) 89 829218 0, F +49 (0) 89 829218 28
touristinfo@oberbayern-tourismus.de, www.oberbayern-
tourismus.de

Organismes régionaux en charge du commerce, des services et de l'industrie

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie
Prinzregentenstraße 28, D-80538 München
T +49 (0) 89 2162 01, F +49 (0) 89 2162 2760
poststelle@stmwvt.bayern.de, www.stmwvt.bayern.de

Industrie- und Handelskammer Schwaben
Stettenstraße 1+3, D-86150 Augsburg
T +49 (0) 821 3162 0, F +49 (0) 821 3162 323
info@schwaben.ihk.de, www.augsburg.ihk.de

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern
Max-Joseph-Str. 2, D-80333 München
T +49 (0) 89 5116 0, F +49 (0) 89 5116 306
iszhkmail@muenchen.ihk.de

Organismes régionaux en charge du développement durable et de l'environnement

Lokale Agenda 21
KommA21 Bayern, Bayerisches Landesamt für Umweltschutz,
Bürgermeister-Ulrich-Str. 160, D-86179 Augsburg
T +49 (0) 821 9071 5021 21, F +49 (0) 821 9071 5221
komma21@lfu.bayern.de, www.bayern.de/lfu/komma21

LEADER+ Bayern
Bayrisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten,
Postfach 22 00 12, D-80535 München
T +49 (0) 89 21 82 22 82, F +49 (0) 89 21 82 17 282
Joseph.Koepfer@StMLF.Bayern.de,
www.stmlf.bayern.de/stmlf/b_1/leader.html

LEADER+ Schwaben Süd
Landwirtschaftsamt Kempten / Lindau, Adenauerring 97, D-87439 Kempten
T +49 (0) 831 52147 0
poststelle@lwa-ke.bayern.de, www.landwirtschaft-bayern.de
LEADER+ Ostallgäu
Landratsamt Ostallgäu, Schwabenstr. 11, D-87616 Marktoberdorf
T +49 (0) 83 42 911 266, F +49 (0) 83 42 91 12 66
thomas.brandl@lra-oal.bayern.de

LEADER+ Auerbergland
LAG Auerbergland, Marktplatz 4, D-86975 Bernbeuren
T +49 (0) 83 67 9 13 90 24, F +49 (0) 83 67 9 13 90 25
koordination.walk@t-online.de, www.auerbergland.de

LEADER+ Oberbayern West
Regierung von Oberbayern, Maximilianstraße 39, D-80538 München
T +49 (0) 89 2176 0, F +49 (0) 89 2176 2914
poststelle@reg-ob.bayern.de,
www.regierung.oberbayern.bayern.de

LEADER+ Oberbayern-Ost
Landwirtschaftsamt Altötting / Mühldorf, Am Kellerberg 11, D-84453 Mühldorf,
T +49 (0) 8631 6107 0
poststelle@lwa-aomu.bayern.de, www.landwirtschaft-bayern.de

c) Niveau local

Organismes locaux en charge du développement et de la promotion touristiques et des itinéraires de randonnée : Landratsämter

Landratsamt Oberallgäu
Oberallgäuer Platz 2, D-87527 Sonthofen
T +49 (0) 8321 612 0, F +49 (0) 8321 612369
landratsamt-oa@lra-sf.bayern.de, www.oberallgaeu.org

Landratsamt Ostallgäu
Schwabenstr. 11, D-87610 Marktoberdorf
T +49 (0) 8342 9110
poststelle@lra-oal.bayern.de, www.lra-ostallgaeu.de

Landratsamt Garmisch-Partenkirchen
Olympiastr. 10, D-82467 Garmisch-Partenkirchen
T +49 (0) 8821 751 1, F +49 (0) 8821 751 380
mail@lra-gap.de, www.lra-gap.de

Landratsamt Bad Tölz
Bahnhofplatz 1, D-83646 Bad Tölz
T +49 (0) 8041 505 0
www.lra-toelz.de, info@lra-toelz.de

Landratsamt Miesbach
Postfach 303, D-83711 Miesbach
T +49 (0) 8025 704 0, T +49 (0) 8025 704 289
www.landkreis-miesbach.de, poststelle@lra-mb.bayern.de

Landratsamt Rosenheim
Wittelsbacherstr. 53, D-83022 Rosenheim
T +49 (0) 8031 392 0
poststelle@lra-rosenheim.de, www.landkreis-rosenheim.de

Landratsamt Traunstein
Ludwig-Thoma-Str. 2, D-83278 Traunstein
T +49 (0) 861 58 0
poststelle@lra-ts.bayern.de, www.traunstein.com

Landratsamt Berchtesgadener Land
Salzburger Str. 64, D-83435 Bad Reichenhall
T +49 (0) 8651 773 0
info@lra-bgl.de, www.lra-bgl.de

Organismes locaux en charge du commerce, des services et de l'industrie

Industrie- und Handelskammer Schwaben
Regionalgeschäftsstelle Allgäu, Büro Kempten
c/o COMETA Allgäu Gründerzentrum, Heisinger Straße 12, D-87437 Kempten
T +49 (0) 831 57586 0, F +49 (0) 831 57586 10
ihg-ke@schwaben.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Schwaben
Regionalgeschäftsstelle Allgäu, Büro Kaufbeuren
Innovapark 20, D-87600 Kaufbeuren
T +49 (0) 8341 91 5020, F +49 (0) 8341 91 5021
ihg-kf@schwaben.ihk.de

Handelskammer Garmisch-Partenkirchen
Bahnhofplatz 6, D-82362 Weilheim
T +49 (0) 881 925474 0, F +49 (0) 881 925474 10
hofbauer@muenchen.ihk.de

Handelskammer Bad Tölz-Miesbach
Marktplatz 14, D-83607 Holzkirchen
T +49 (0) 8024 9039 21, F +49 (0) 8024 497 22
christoph.schmid@ksk-mbteg.de

Handelskammer Rosenheim
Hechtseestraße 16, D-83022 Rosenheim
T +49 (0) 8031 3800 79, F +49 (0) 8031 32204
klauss@muenchen.ihk.de

Handelskammer Traunstein
Rosenheimer Straße 1, D-83278 Traunstein
T +49 (0) 861 66221, F +49 (0) 861 66317

Handelskammer Berchtesgadener Land
Bahnhofstraße 21 a, D-83435 Bad Reichenhall
T +49 (0) 8651 707620, F +49 (0) 8651 707629

Organismes locaux en charge de l'information touristique

Oberstdorf Tourismus
Marktplatz 7, D-87561 Oberstdorf
T +49 (0) 8322 7000, F +49 (0) 8322 700236
info@oberstdorf.de, www.oberstdorf.de

Bad Hindelang Tourismus
Postfach 1152, D-87539 Bad Hindelang
T +49 (0) 8324 8920, F +49 (0) 8324 8055
info@hindelang.net, www.bad-hindelang.net

Pfronten Tourismus
Vilstalstrasse 2, D-87459 Pfronten
T +49 (0) 8363 698 88, F +49 (0) 8363 698 66
info@pfronten.de, www.pfronten.de

Vitales Land Tourismus
ALLGÄU-TIROL Vitales Land, Tiroler Straße 176, D-87459
Pfronten
T +49 (0) 8363 928990, F: +49 (0) 8363 928999
info@vitalesland.com, www.vitalesland.com

Füssen Tourismus
Kaiser-Maximilian-Platz 1, D-87629 Füssen
T +49 (0) 83 62 93 85 0, F +49 (0) 8362 938520
tourismus@fuessen.de, www.fuessen.de

Zugspitz-Region
Richard-Strauss-Platz 1a, D-82467 Garmisch-Partenkirchen
T +49 (0) 88 21 180 484, F +49 (0) 88 21 180 485
info@zugspitz-region.de, www.zugspitz-region.de
Tölzer Land
Gästeinformation Tölzer Land an Isar und Loisach
Prof.-Max-Lange-Platz 1, D-83646 Bad Tölz
T +49 (0) 8041 505 206, F +49 (0) 8041 505 375
tourismus@lra-toelz.de, toelzerland.lra-toelz.de/

Tourismusverband Bayerisches Oberland e.V. (Tegemsee -
Schliersee – Wendelstein)
Tegemseer Straße 20a, D-83734 Hausham
T +49 (0) 8026 920700, F +49 (0) 8026 924166
info@die-seele-bayerns.info, http://die-seele-bayern.info

Kur- und Tourismusverband Wendelstein e.V.
Bahnhofstr. 5, D-83075 Bad Feilnbach
T +49 (0) 8066 8870, F +49 (0) 8066/906 844
info@wendelstein-ist-inn.de, www.wendelstein-ist-inn.de

Chiemsee-Infocenter
Felden 10, D-83233 Berau am Chiemsee
T +49 (0) 8051 96555 0, F +49 (0) 8051 96555 30
info@chiemsee.de, www.chiemsee.de

Tourismusverband Chiemgau e.V.
Landratsamt, D-83276 Traunstein
T +49 (0) 861 58223, F +49 (0) 861 64295
info@chiemgau-tourismus.de, www.chiemgau-tourismus.de

Fremdenverkehrsverband des Berchtesgadener Landes
Königsseer Straße 2, D-83471 Berchtesgaden
fon +49 (0) 86 52 9 67 0, F +49 (0) 86 52 9 67 4 00
info@berchtesgadener-land.com, www.berchtesgadener-
land.com

Berchtesgaden Tourismus GmbH
Königsseer Straße 2, D-83471 Berchtesgaden
fon +49 (0) 86 52 9 67 215
F +49 (0) 86 52 9 67 4 02
marketing@berchtesgaden.de, www.berchtesgadener-
land.com

Administration d'espace protégé

Nationalparkverwaltung Berchtesgaden
Doktorberg 6, D-83471 Berchtesgaden
T +49 (0) 8652 9686 0, F +49 (0) 8652 9686 40
poststelle@nationalpark-berchtesgaden.de,
www.nationalpark-berchtesgaden.de

voir aussi : www.baynet.de

4. Italie

a) Niveau national

Réseaux nationaux de randonnée

Club Alpino Italiano C.A.I.
Via Petrella 19, I- 20124 Milano
T +39 02 205731, F +39 02205723201

Commissione Centrale per l'escursionismo C.A.I.
(CCE)
Via Monteverdi, I-Alessandria
T +39 0131 225379, F +39 0131/225379

Commissione nazionale per i sentieri C.A.I.-
Via B. Kofler 13, I-38050 Cognola (TN)
T +39 0461/231722, F +39 0461/231722
tarcy@cr-surfing.net

Collegio nazionale Guide alpine italiane AGAI
Via Petrella 19, I-20124 Milano
T +39 02/29417650, F +39 02/29417650
guidealpi@tiscalinet.it

Centro Turistico Giovanile C.T.G.
Via della Pigna, 13/A, I-00186 Roma RM
T +39 06 6795077, F +39 06 6795078
ctg@ctg.it

Federazione nazionale PRO NATURA
Via Pastrengo,13, I- 10128 Torino
T +39 011 5096618, F +39 011 503155
pronto@arpnet.it

F.I.E. Federazione italiana escursionismo
Via La Spezia,58/R, I- 16149 Genova
T +39 010 414194, F +39 010 463261
fienazit@tin.it

Italia Nostra
Via Porpora,22, I-00198 Roma
T +39 06 8440631, F +39 06 8844634
info@italianostra.org

Touring Club Italiano T.C.I.
C.so Italia,10, I-20122 Milano
T +39 02 85261, F +39 02 8526262
soci@touringclub.it

Trekking Italia
Via Molino delle Armi, 31, I-20123 Milano
T +39 02 8372838, F +39 02 58103866
info@trekkingitalia.com

b) Niveau régional

Organismes régionaux en charge du développement touristique (partenaires Via Alpina)

Liguria: Provincia di Imperia
Viale Matteotti 147, I-18100 Imperia
T +39 (0183) 704 337, F +39 (0183) 704 337

Regione Liguria
Ufficio Parchi ed Aree Protette
Via Fieschi 15, I-16121 Genova
T +39 010 548 47 40, +39 010 548 57 54

Piemonte: Regione Piemonte
Assessorato Politiche per la Montagna
Corso Stati Uniti, 21, I-10128, Torino
T +39 (011) 432 59 43, F+39 (011) 432 34 51

Valle d'Aosta: Regione Autonoma Valle d'Aosta
Direzione promozione e sviluppo attività turistiche e sportive,
Piazza Narbonne, 3, I-11000 Aosta
T +39 (0165) 27 27 03, F+39 (0165) 27 22 97

Lombardia: Regione Lombardia
Direzione Generale Qualità dell'Ambiente, Via Stresa 24, I-20125, Milano
T +39 (02) 6765 45 30, F+39 (02) 6765 5686

Alto Adige: Provincia Autonoma di Bolzano/ Autonome Provinz Bozen
Ripartizione regente al Turismo 36.3, Via Raiffeisen 5, I-39100 Bolzano
T +39 (0471) 413780, F +39 (0471) 413789

Trentino: Provincia Autonoma di Trento
Servizio Turismo, Via Romagnosi 9, I-38100 Trento
T +39 (0461) 496535, F +39 (0461) 496 570

Veneto: Provincia di Belluno
Turismo e attività produttive, Via S. Andrea 5, I-32100 Belluno
T +39 (0437) 959 269, F +39 (0437) 950 041

Regione Veneto
Direzione Turismo, Palazzo Sceriman, Cannaregio 168, I-30121 Venezia
T +39 (041) 2792641, F +39 (041) 2793936

Friuli Venezia Giulia: Regione Autonoma Friuli-Venezia Giulia
Servizio per la Montagna, Via Caccia 17, III piano, I-33100, Udine
T +39 (0432) 555 476, F+39 (0432) 555 052

Organismes régionaux en charge de la promotion touristique

Liguria: Regione Liguria
Assessorato Regionale al Turismo
Piazza De Ferrari,1, I-16121 Genova
T +39 010 5485024, F +39 010 5704197

Agenzia Regionale per la Promozione Turistica "In Liguria"
Piazza Matteotti,9, I-16123 Genova
T +39 010530821, F +39 010 5958507
info.inliguria@liguriainrete.it

Piemonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo Sport
Via Magenta,12, I-10128 Torino
T +39 011 4321720, F +39 011 4322655
assessore.turismo@regione.piemonte.it

Valle d'Aosta: AIAT Valle d'Aosta
Piazza Chanoux,45, I-Aosta
T +39 0165 33352, F +39 0165 40532
aptaosta@aostashop.com

Lombardia: Regione Lombardia, Assessorato Turismo,Sport
Via T. Taramelli, 20, I-20124 Milano
T +39 02 67656209 F +39 02 67656137
mariangela_caravaglia@regione.lombardia.it

Alto Adige: Provincia Autonoma di Bolzano/ Autonome Provinz Bozen
Ripartizione regente al Turismo 36.3, Via Raiffeisen 5, I-39100 Bolzano
T +39 (0471) 413780, F +39 (0471) 413789

Trentino: Provincia Autonoma di Trento
Servizio Turismo, Via Romagnosi 9, I-38100 Trento
T +39 (0461) 496535, F +39 (0461) 496 570
dip.turismo@provincia.tn.it

Veneto: Regione Veneto
Direzione Turismo, Palazzo Sceriman, Cannaregio 168, I-30121 Venezia
T +39 0412792644, F +39 0412792601
turismo@regione.veneto.it

Friuli Venezia Giulia: Regione Friuli Venezia Giulia, Direzione Regionale del Turismo
Viale Miramare,19, I-34135 Trieste
T +39 0403775747, F +39 0403775796
commercio.tour@regione.fvg.it

Organismes régionaux en charge des itinéraires de randonnée

Commissione Centrale per l'escursionismo C.A.I. (Alpi occidentali)
Lungomare Vespucci 14, I-18100 Imperia
T +39 0183/710189, F +39 0183/710189
rallaria@uno.it

Commissione Centrale per l'escursionismo C.A.I. (Alpi centrali)
Via Bona Lombarda 51, I-23037 Tirano (SO)
T +39 0342/701589, F +39 0342/704422
bellesiniguido@tin.it

Commissione Centrale per l'escursionismo C.A.I. (Alpi orientali)
Via Garibaldi 6, I-34078 Sagrado d'Isonzo (GO)
T +39 0481/923555
nicostory@tiscalinet.it

Piemonte: Delegazione regionale C.A.I. Piemonte
c/o Regione Piemonte, Ass.to Montagna, C.so Stati Uniti 21,
I-10128 TORINO
T +39 011/5119460, F +39 011/5119460
cai.piemonte@libero.it

Associazione Grande Traversata delle Alpi
Via Barbaroux 1, I-10122 Torino
T +39 011/5621371, F +39 011/5624477
saspto@tiscalinet.it

Valle d'Aosta: Delegazione regionale C.A.I. Valle d'Aosta
c/o Biblioteca Com.le Verrès, Loc. Quass 28, I-11029 Verrès
(AO)
T +39 0125/929984, F +39 0125/920685

Lombardia: Delegazione regionale C.A.I. Lombardia
c/o CAI Monza, Via Longhi 3, I-20052 Monza (MI)
T +39 039/361485, +39 0362/852300, F +39 0362/852373

Alto Adige: Alpenverein Südtirol A.V.S.
Vintlerdurchgang 16, I-39100 Bolzano/Bozen
+39 0471/978141, +39 0471/980011
gjslar@alpenverein.it

Alpine Information A.V.S. (Südtirol/ Alto Adige)
Pfarrpaltz 11, I- 39100 Bolzano/Bozen
T +39 0471/413809, F +39 0471/413889

Delegazione regionale C.A.I. Alto Adige/Suedtiroi
Piazza Erbe 45, I-39100 Bolzano/ Bozen
T +39 0471/981391, F+39 0471/979915

Veneto: Delegazione regionale C.A.I. Veneto
S.Marco 1672, I-30123 Venezia
T +39 041/989262, F +39 041/5225407
Delegazione regionale C.A.I. Friuli Venezia Giulia
c/o Soc. Alpina Friulana, Via Odorico da Pordenone 3, I-
33110 Udine
T/F +39 0432/504290

c) Niveau local

Organismes locaux en charge de la promotion touristique

Piemonte:
ATL Turismo Torino
Via Bogino,8, I-10121 Torino
T +39 011 8185011, F +39 011 883426
info@turismotorino.org

ATL del Canavese e Valli di Lanzo
C.so Vercelli,1, I- 10015 Ivrea
T +39 012 5618131, F +39 012 5618140
info@canavese-vallilanzo.it

ATL Pinerolo Montagnedoc
Via v.le Giolitti, 7/9, I- 10064 Pinerolo
T +39 012 1795589, F +39 012 1794932
pinerolo@montagnedoc.it

ATL Biella
Piazza Vittorio Veneto, 3, I-13900 Biella
T +39 015 351128, F +39 015 34612
info@atl.biella.it

IAT Cuneo
Via Roma,28, I-12100 Cuneo
T +39 017 1693258, F +39 017 1693258
turismoacuneo@tin.it

ATL Novara
Baluardo Quintino Sella,40, I-28100 Novara
+39 032 1394059, F +39 032 1631063
novaraatl@tin.it

ATL Stresa, Ossola, Mergozzo, Maggiore,Orta
Via Principe Tomaso,70/72, I-28838 Stresa
T+ +39 032 330416, F +39 032 3934335
infoturismo@distrettolaghi.it

ATL Ossola
Via Giovanni XXIII,1, I-28845 Domodossola
T +39 032 4482541, F +39 032 4227277
infossola@distrettolaghi.it

ATL Orta
Via Panoramica, I-28016 Orta San Giulio
T +39 032 2905163, F +39 032 2905273
inforta@distrettolaghi.it

ATL Turismo Valsesia Vercelli
Piazza Grober,1, I-13021 Alagna Valsesia
T +39 016 3922988, F +39 016 391202
C.so Roma 38, I- 13019 Varallo
T +39 016 3564577, F +39 016 353091
atvarallo@libero.it

IAT Sauze
Piazza Assetta,18, I-10050 Sauze d'Oulz
T +39 012 2858009, +39 012 2850700
sauze@montagnedoc.it

Promocuneo
Via XX Settembre,19, I-12100 Cuneo
T +39 017 1698388, F +39 017 1698388
promocuneo@tin.it

Valle d'Aosta
Les Amis Du Paradis
Via Burgeois,33, I-11012 Cogne (AO)
T +39 0165 74835, F +39 0165 74050
amisdu@tiscalinet.it

La Valle del Monte Bianco
Piazzale Monte Bianco,10, I-11013 Courmayeur
T +39 0165 842370, F +39 0165 842831
courmayeurincomig@libero.it

Lombardia:
APT Milano
Via Marconi,1, I-20123 Milano
T +39 02 72524301, F +39 02 72524350
apt.info@libero.it

APT Bergamasco
Viale Vittorio Emanuele,20, I-24121 Bergamo
T +39 035 213185, F +39 035 230184
apbtg@apt.bergamo.it

APT Bresciano
Corso Zanardelli,38, I-25121 Brescia
T +39 030 45052, F +39 030 293284
apt.brescia@tin.it

APT Comasco
Piazza Cavour,17, I-22100 Como
T +39 031 3300111, F +39 031261152
lakecomo@tin.it

APT Lecchese
Via Nazario Sauro,6, I-23900 Lecco
T +39 034 1369390, F +39 034 1286231
info@aptlecco.com

APT Valtellina
v.C.Battisti,12, I-23100 Sondrio
T +39 034 2512382, F +39 034 2212590
aptvaltellina@provincia.so.it

APT Livigno
Via Dala Gesa 497°, I-23030 Livigno
T +39 034 2996379, F +39 034 2996881
info@aptlivigno.it

Associazione Sport e Turismo
Via Vanoni,38, I-23020 Caspoggio
T +39 034 2453536, F +39 034 2453736
as.caspoggio@tiscali.it

Consorzio Teglio Turismo
Piazza S.Eufemia,6, I-23036 Teglio
T +39 034 2782000, F +39 034 2783612
info@teglioturismo.it

Alto Adige:
Alto Adige Marketing
Piazza Parrocchia,11, I- 39100 Bolzano
+39 0471 999835, +39 0471 999800
smg.direction@suedtirol.info

Consorzio Turistico Alta Badia
Col Alt, 36, I- 39033 Corvara in Badia
T +39 0471 836176, F +39 0471 836540
info@altabadia.org

Consorzio Turistico Alta Pusteria
Piazza del Magistrato,1, I-39038 San Candido
T +39 0474913156, F +39 0474914361
info@altapusteria.net

Consorzio Turistico Crontur
Via Michael Pacher,11/A, I-39031 Brunico
T +39 0474555447, F +39 0474530018
info@kronplatz.com

Consorzio Turistico Il Giardino del Sudtirolo
Via Pillhof,1, I-30010 Frangarto
T +39 0471 633488, F +39 0471 633367
info@suedtrolls-sueden.info

Consorzio turistico Meraner Land
Via Palade,95, I-39012 Merano
T +39 0473200443, F +39 0473200188
info@meranerland.com

Consorzio Turistico Rosengarten - Latemar
Via Ponte Nova di Sotto, 9/b, I-39050 Ponte Nova
T +39 0471 610310, F +39 0471 610317
info@rosengarten-latemar.com

Consorzio Turistico Val Gardena
Via Dursan,78/b, I-39047 Santa Cristina Valgardena
T +39 0471 792277, F +39 0471 792235
info@valgardena.it

Consorzio turistico Val Venosta
Via dei Cappuccini,10, I- 39028 Silandro
T +39 0473620480, F +39 0473620481
vinschgau@suedtirol.com

Consorzio turistico Valle Isarco
Bastioni Maggiori 26/a, I-39042 Bressanone
T +39 0472802232, F +39 0472801315
info@valleisarco.info

Consorzio Turistico Valli di Tures e Aurina
Via Aurina,95, I-39030 Cadi Pietra
T +39 0474652081, F +39 0474652082
info@tures-aurina.com

Comitato turistico Alta Val di Non
via Centro,2, I-39040 Lauregno
T +39 0463530088, F +39 0463532100
info@altavaldinon.info

Associazione turistica San Leonardo in Passiria
Via Passiria, 40, I-39015 San Leonardo in Passiria
T +39 0473656188, F +39 0473656624
info@valpassiria.it

Trentino:
Trentino Spa
Via Romagnoli,11, I-38100 Trento
T +39 0461 839000, F +39 0461 260277
info@trentino.to

Apt Altopiano di Pinè Valle di Cembra
Piazza Toniolli,2, I-38034 Cembra
T +39 0461 683110, F +39 0461 683257
infocembra@aptpinecembra.it

APT Lagorai Valsugana Orientale e Tesino
Via Dante,10, I-38053 Castello Tesino
T +39 0461 593322, +39 0461 593306
apt@lagorai.tn.it

APT Predazzo
Via C.Battisti, 4, I- 38037 Predazzo
T +39 0462501237, F +39 0462502093
info.predazzo@valdifiemme.info

APT S.Martino di Castrozza e Primiero
Via Passo Rolle,165, I-38058 San Martino di Castrozza
T +39 0439768867, F +39 0439768814
info@sanmartino.com

APT Trento
via Mancj,2, I-38100 Trento
T +39 0461983880, F +39 0461232426
informazioni@apt.trento.it

APT Val di Fassa
Streda de Doleda 10/b, I-38032 Canazei
T +39 0462602466, F +39 0462602278
info@fassa.com

APT Val di Non
Via Roma,21, I-38013 Fondo
T +39 0463830133, F +39 0463830161
info@valledinon.tn.it

APT Valli di Sole,Pejo e Rabbi
Viale Marconi,7, I-38027 Malè
T +39 0463901280, F +39 0463901563
info@valdisole.net

Federazione Trentina Consorzi Pro Loco
Via Garibaldi,3, I-38100 Trento
T +39 0461239006, F +39 0461239006
federazione.proloco@trentino.to

Consorzio Turistico Giudicarie Centrali
Via D.Chiesa,3, I-38079 Tione
T +39 0465323090, F +39 0465324140
info@valligiudicarie.it

Consorzio Pro Loco Le Maddalene Val di Non
Fraz.Marcena,36, I-38020 Rumo
T +39 0463530310 F +39 0463531200
info@maddalene.it

Consorzio Pro Loco Valle dei Mocheni
Località Pintarei,75/A, I-38050 Sant'Orsola Terme
T +39 0461551440, F +39 0461551030
info@valledeimocheni.it

Consorzio Turistico Valle del Vanoi
p.zza Vittorio Emanuele III,6, I-38050 Canal San Bovo
T +39 0439719041, F +39 0439719041
vanoivanoivano.it

IAT Feltre
Piazzetta Trento e Trieste,9, I-32032 Feltre
T +39 04392540, F +39 04392839
feltre@infodolomiti.it

Veneto:

IAT Belluno
Piazza Duomo,2, I-32100 Belluno
T +39 0437940083, F +39 0437940073
belluno@infodolomiti.it

IAT Agordo (Belluno)
Via XVII Aprile, 5/a, I-32021 Agordo
T +39 043762105, T +39 043765205
agordo@infodolomiti.it

IAT Arabba (Belluno)
Via Boè-Arabba,3, I-32020 Arabba
T +39 043679130, F +39 043679300
arabba@infodolomiti.it

IAT Auronzo (Belluno)
Via Roma,10, I-32041Auronzo
T +39 04359359, F +39 0435400161
auronzo@infodolomiti.it

IAT Sappada (Belluno)
Borgata Bach,11, I- Sappada
T +39 0435469131, F +39 043566233
sappada@infodolomiti.it

Consorzio Dolomiti
c/o Ascom piazza dei Martiri,16 I- 32100 Belluno
T +39 0437941148, F +39 0437944202
consorziodolomiti@dolomiti.it

Friuli-Venezia Giulia:

AIAT – IAT Trieste
Piazza Unità d'Italia,4/b, I-34121Trieste
T +39 0403478312, F +39 0403478320
info@triestetourism.it

AIAT-IAT Aliviano (Pordenone)
Piazza Duomo,1, I- 33081 Aliviano
T +39 0434651888, F +39 0434660348
info@piancavallo.com

Ufficio Promozione Turistica Udine
Piazza 1° Maggio,7, I-33100 Udine
T +39 0432295972, F +39 0432504743
arpt_ud1@regione.fvg.it

Ufficio Promozione Turistica Cividale del Friuli (Udine)
Corso Paolino d'Aquileia,4, I-33043 Cividale del Friuli
T +39 0432731461, F +39 0432731398
arpt_cividale2@regione.fvg.it

Ufficio Promozione Turistica Tarvisio (Udine)
Via Roma,12, I-33018 Tarvisio
T +39 04282135, F +39 04282972
apt@tarvisiano.org

Consorzio FriulAlberghi
Viale Trigesimo, 266, I-33100 Udine
T +39 0432470884, F +39 0432487134
friulalberghi@friulalberghi.it

5. Liechtenstein

Réseau national de randonnée

Liechtensteinische Wanderwege
c/o Amt für Wald, Natur und Landschaft, Dr. Grass-Strasse
10, FL- 9490 Vaduz
T +423 236 64 03, F +423 236 64 11
ewald.oehry@awnl.li, www.awnl.li

Organisme national de promotion touristique

Liechtenstein Tourismus
Städtle 37, FL- 9490 Vaduz
T +423 239 63 00, F +423 239 63 01
touristinfo@liechtenstein.li, www.tourismus.li

Organisme local de promotion touristique

Malbun Tourist Office
FL- 9497 Triesenberg-Malbun
T +423 263 65 77
malbuninfo@tourismus.li

6. Monaco

Réseau national de randonnée

Club Alpin Monégasque
12 avenue des Castelans, MC- 98000 MONACO
T +377 97 70 53 99

Organisme national en charge du tourisme

Direction du Tourisme et des Congrès
2a, Bd des Moulins, Monte Carlo, MC- 98030 Monaco cedex
T +377 92166116, F +377 92166000
dtt@monaco-tourism.com

Autre organisme national en charge de la qualité

Association Qualité Monaco
"Le régina", 13, Bd des Moulins, MC 98000 MONACO
info@groupeexpression.com

Organismes nationaux en charge du développement durable et de l'environnement

Département des Travaux publics et affaires sociales
Ministère d'Etat, Place de la visitation, MC- 98000 MONACO
T +377 93 15 80 00
www.gouv.mc

Bureau de la Coopération Internationale
9 rue Princesse Marie de Lorraine, Monaco-Ville MC- 98000
MONACO
T +377 93 15 89 63 /-87 89 /-45 84, F +377 97 77 73 22
coopint@troisseptsept.mc

7. Suisse

a) Niveau national

Réseaux nationaux d'hébergement et de restauration

Hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern
T +41 (0) 31 370 41 11, F +41 (0) 31 370 44 44
info@swisshotels.ch, www.swisshotels.ch

Gastrosuisse
Blumenfeldstrasse 20, CH-8046 Zürich
T +41 (0) 1 377 51 11, F +41 (0) 1 371 89 09
info@gastrosuisse.ch, www.gastrosuisse.ch

Schweizer Jugendherbergen SJH
Schaffhauserstrasse 14, Postfach, CH-8042 Zürich
T +41 (0) 1 360 14 14, F +41 (0) 1 360 14 60
marketing@youthhostel.ch, www.youthhostel.ch

Organismes nationaux en charge du tourisme

Schweiz Tourismus ST
Tödistrasse 7, Postfach, CH-8002 Zürich
T +41 (0) 1 288 11 11, F +41 (0) 1 288 12 05
info@switzerland.com, www.myswitzerland.com

Schweizer Tourismusverband
Finkenhubelweg 11, Postfach 8275, CH-3001 Bern
T +41 (0) 31 307 47 47, F +41 (0) 31 307 47 48
stv@swisstourfed.ch, www.swisstourfed.ch

Réseaux nationaux de randonnée

Schweizer Wanderwege SAW/FSTP/FSS
Im Hirshalm 49, CH-4125 Riehen
T +41 (0) 61 606 93 40/-46, F +41 (0) 61 606 93 45
info@swisshiking.ch, www.swisshiking.ch

Schweizer Alpen-Club SAC/CAS
Monbijoustrasse 61, Postfach CH-3000 Bern 23
T +41 (0) 31 370 18 18, F +41 (0) 31 370 18 00
info@sac-cas.ch, www.sac-cas.ch

Réseaux nationaux de transports publics

Schweizerische Bundesbahnen SBB
Brückfeldstrasse 16, CH-3030 Bern
T +41 (0) 51 220 11 11, F +41 (0) 51 220 28 91
railinfo@sbb.ch, www.sbb.ch

Postauto Schweiz
Viktoriastrasse 21, CH-3030 Bern
T +41 (0) 31 328 31 11, F +41 (0) 31 311 03 10
info@post.ch, www.post.ch

Seilbahnen Schweiz SBS
Dählhölzliweg 12, Postfach, CH-3000 Bern 6
T +41 (0) 31 359 23 33, F +41 (0) 31 359 23 10
info@seilbahnen.org, www.seilbahnen.org

b) Niveau régional

Organismes régionaux en charge de la promotion touristique

Ostschweiz: Tourismusverband Ostschweiz
Bahnhofplatz 1a, Postfach CH-9001 St. Gallen
T +41 (0) 71 227 37 37, F +41 (0) 71 227 37 67
info@ostschweiz.ch, www.ostschweiz-i.ch

Graubünden: Graubünden Ferien
Alexanderstrasse 24, CH-7001 Chur
T +41 (0) 81 254 24 24, F +41 (0) 81 254 24 00
contact@graubuenden.ch, www.graubuenden.ch

Glarus: Glarnerland Tourismus
Glarerland A3, CH-8867 Niederurnen
T +41 (0) 55 610 21 25, F +41 (0) 55 610 28 26
www.glarerland.ch, info@glarerland.ch

Ticino: Ticino Turismo
Via Lugano 12, C.P. 1441, CH- 6501 Bellinzona
T +41 (0) 91 825 70 56, F +41 (0) 91 825 36 14
info@ticino-tourism.ch, www.ticino-tourism.ch

Vaud: Office du Tourisme du canton de Vaud
C.P. 164, CH-1000 Lausanne 6
T +41 (0) 21 613 26 26, F +41 (0) 21 613 26 00
lake.geneva.reg@fastnet.ch, www.lake-geneva-region.ch

Valais: Valais Tourisme
Maison Du Valais, C.P. 1469, CH-1951 Sion
T +41 (0) 27 327 35 70, F +41 (0) 27 327 35 71
info@valaistourism.ch, www.matterhornstate.com

Organismes régionaux en charge des itinéraires de randonnée

St. Gallen: Kantonal st.gallische Wanderwege
Toggenburgerstrasse 20, CH-9652 Neu St. Johann
T +41 (0) 71 994 29 11, F +41 (0) 71 994 29 13
info@sg-wanderwege.ch, www.sg-wanderwege.ch

Graubünden: BAW Bündner Wanderwege
Komplatz 12, CH-7000 Chur
T +41 (0) 81 258 34 00, F +41 (0) 81 258 34 01
info@buendnerwanderwege.ch,
www.buendnerwanderwege.ch

Glarus: Glarner Wanderwege
Rain 1, CH-8753 Mollis
T +41 (0) 55 622 36 11, F +41 (0) 86 079 405 71 87
info@glarnerwanderwege.ch, www.glarnerwanderwege.ch

Uri: Uerner Wanderwege
Stiege 5, CH-6460 Altdorf
T +41 (0) 41 871 09 42, F +41 (0) 41 871 11 43
mail@i-uri.ch, www.i-uri.ch

Ticino: Associazione ticinese per i sentieri escursionistici
Conrada Cav. Pellanda 4, CH-6710 Biasca
T +41 (0) 91 862 33 27, F +41 (0) 91 862 42 69
info@atse.ch, www.atse.ch

Nidwalden: Nidwaldner Wanderwege
CH-6370 Stans
T +41 (0) 41 610 68 31, F +41 (0) 41 610 91 07
info@nidwaldnerwanderwege.ch,
www.nidwaldnerwanderwege.ch

Obwalden: Obwaldner Wanderwege
Gartenstrasse 41, CH-6060 Sarnen
T +41 (0) 41 660 30 22
gloisburch@bluewin.ch

Bern: Berner Wanderwege BWW
Moserstrasse 27, Postfach, CH-3000 Bern 25
T +41 (0) 31 340 01 11, F +41 (0) 31 340 01 10
info@bernerwanderwege.ch, www.bernerwanderwege.ch

Vaud: Association vaudoise de tourisme pédestre
Place Grand St-Jean 2, CH-1003 Lausanne
T +41 (0) 21 323 10 84
avtp@bluewin.ch, www.avtp.ch

Valais: Valrando
rue Pré-Fleuri 6, case postale 23, CH-1951 Sion
T +41 (0) 27 327 35 80, F +41 (0) 27 327 35 81
info@valrando.ch, www.valrando.ch

c) Niveau local

Organismes locaux en charge de la promotion touristique

Graubünden:
Avers Tourismus, CH-7447 Avers
T +41 (0) 81 667 11 67, F +41 (0) 81 667 12 02
avers@viamalaferien.ch, www.viamalaferien.ch

Klosters Tourismus
CH-7250 Klosters
T +41 (0) 81 410 20 20, F +41 (0) 81 410 20 10
info@klosters.ch, www.klosters.ch

Maloja Tourismus
CH-7516 Maloja
T +41 (0) 81 824 31 88, F +41 (0) 81 824 36 37
info@maloja.ch, www.maloja.ch

San Bernardino Turismo
CH-6565 San Bernardino
T +41 (0) 91 832 12 14, F +41 (0) 91 832 11 55
info@sanbernardino.ch, www.sanbernardino.ch

Scuol Tourismus
CH-7550 Scuol
T +41 (0) 81 861 22 22, F +41 (0) 81 861 22 23
info@scuol.ch, www.scuol.ch

Valposchiavo Turismo
CH-7742 Poschiavo
T +41 (0) 81 844 05 71, F +41 (0) 81 844 10 27
info@valposchiavo.ch, www.valposchiavo.ch

Ticino:
Biasca e Riviera Turismo
Cotrada Cav. Pellanda 4, CH-6710 Biasca
T +41 (0) 91 862 33 27, F +41 (0) 91 862 42 69
Info@biascatourismo.ch, www.biascatourismo.ch

Vallemaggia Turismo
CH-6673 Maggia
T +41 (0) 91 753 18 85, F +41 (0) 91 753 22 12
info@vallemaggia.ch, www.vallemaggia.ch

Nidwalden/ Obwalden:
Vierwaldstättersee Tourismus
Bahnhofplatz 4, CH-6371 Stans
T +41 (0) 41 610 88 33, F +41 (0) 41 610 88 66
info@lakeluzern.ch, www.lakeluzern.ch

Sarnen Tourismus
Hofstrasse 2, CH-6060 Sarnen
T +41 (0) 41 666 50 40, F +41 (0) 41 666 50 45
info@sarnen-tourism.ch, www.sarnen-tourism.ch

Bern:
Adelboden Tourismus
CH-3715 Adelboden
T +41 (0) 33 673 80 80, F +41 (0) 33 673 80 92
info@adelboden.ch, www.adelboden.ch

Grindelwald Tourismus
CH-3818 Grindelwald
T +41 (0) 33 854 38 18 12 12, F +41 (0) 33 854 12 10
touristcenter@grindelwald.ch, www.grindelwand.com

Interlaken Tourismus
CH-3800 Interlaken
T +41 (0) 33 826 53 00, F +41 (0) 33 826 53 90
mail@interlaketourism.ch, www.interlaketourism.ch

Kandersteg Tourismus
CH-3718 Kandersteg
T +41 (0) 33 675 80 80, F +41 (0) 33 675 80 81
info@kandersteg.ch, www.kandersteg.ch

Meiringen-Haslital Tourismus
CH-3860 Meiringen
T +41 (0) 33 972 50 50, F +41 (0) 33 975 50 55
info@alpenregion.ch, www.alpenregion.ch

Saanenland Tourismus
CH-3780 Gstaad
T +41 (0) 33 748 81 81, F +41 (0) 33 748 81 33
gst@gstaad.ch, www.gstaad.ch

Wengen-Mürren Tourism
CH-3823 Wengen
T +41 (0) 33 855 14 14, F +41 (0) 33 855 30 60
info@wengen.ch, www.wengen-muerren.ch

Vaud:
Diablerets Tourisme
CH-1865 Les Diablerets
T +41 (0) 24 492 33 58, F +41 (0) 24 492 23 48
info@diablerets.ch, www.diaablerets.ch

Valais:
Goms Tourismus, CH-3984 Fiesch
T +41 (0) 27 970 10 70, F +41 (0) 27 970 10 75
Tourismus@goms.ch, www.goms.ch

Leukerbad Tourismus
CH-3954 Leukerbad
T +41 (0) 27 472 71 71, F +41 (0) 27 472 71 51
info@leukerbad.ch, www.leukerbad.ch

Office du Tourisme
CH-1920 Martigny
T +41 (0) 27 721 22 20, F +41 (0) 27 721 22 24
www.martignytourism.ch, info@martignytourism.ch