



DOSSIER DE PRESSE

PIT TOURVAL /ALCOTRA 2007-2013



Séminaire de clôture

Vendredi 7 juin 2013

De 9h30 à 13h30

**Hémicycle du Conseil général des Alpes-Maritimes
Route de Grenoble– Nice**



Camera di Commercio
Imperia



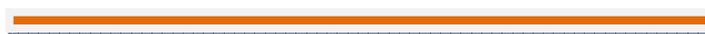
Camera di Commercio
Cuneo



SOMMAIRE



I/PLAN INTEGRE TRANSFRONTALIER (PIT) TOURVAL	3
A/ALCOTRA, UN PROGRAMME EUROPEEN OPERATIONNEL	3
B/LES ENJEUX DU PROGRAMME FRANCO-ITALIEN ALCOTRA 2007-2013.....	3
C/GENESE DU PROJET FRANCO-ITALIEN PIT TOURVAL	3
D/PROBLEMATIQUE DE L'ECONOMIE MONTAGNARDE TRANSFRONTALIERE	4/5
E/PIT TOURVAL : UNE STRATEGIE INNOVANTE POUR DYNAMISER LE TOURISME VALLEEN.....	6
II /BILAN DES 4 VOLETS PIT TOURVAL/ALCOTRA 2007-2013	7
A/PROJET 1 : DIIVERSIFICATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE	7
B/PROJET 2 : VALORISATION DES PRODUITS TRADITIONNELS	8
C/PROJET 3 : TOURVAL CAFE	9/14
D/PROJET 4 : TOURVAL FORMATION	15/16
III/L'EQUIPE EN CHARGE DU PROJET ET SES PARTENAIRES	17
A/LES CHEFS DE FILE	17
B/LES PARTENAIRES FRANCAIS	18
C/LES PARTENAIRES ITALIENS.....	19
D/REPARTITION BUDGETAIRE.....	20
CONTACT PRESSE.....	21



A/ ALCOTRA: UN PROGRAMME EUROPEEN OPERATIONNEL



La coopération territoriale est un élément clé de l'objectif de développement territorial harmonieux poursuivi par l'Union européenne.

Les différents acteurs peuvent, à travers ces programmes, identifier des solutions communes dans des domaines tels que le développement urbain, rural et côtier, le développement des relations économiques et la mise en réseau des PME.

Les régions françaises peuvent ainsi s'associer à des régions d'autres Etats membres, afin de créer des projets atténuant l'effet frontière.

Depuis 2007, la coopération territoriale européenne est devenue le troisième objectif prioritaire de la politique de cohésion de l'Union européenne qui souhaite promouvoir les destinations touristiques européennes comme pôles d'excellence aux niveaux transfrontaliers, transnationaux et interrégionaux

B/ LES ENJEUX DU PROGRAMME FRANCO-ITALIEN ALCOTRA 2007-2013

Le programme Alcotra 2007-2013 est déployé le long de la frontière continentale entre l'Italie et la France. Il soutient des démarches expérimentales d'accompagnement dans la gestion des territoires de montagne, moteurs de ces mutations.

Sa mission : améliorer la qualité de la vie des populations et le développement durable des systèmes économiques et territoriaux transfrontaliers au travers de la coopération dans les domaines du social, de l'économie, de l'environnement et de la culture.

Les projets cofinancés doivent répondre à une des priorités suivantes :

Priorité 1 : Développement et innovation ;

Priorité 2 : Protection et gestion du territoire ;

Priorité 3 : Amélioration de la qualité de vie.



C/ GENESE DU PROJET FRANCO-ITALIEN PIT TOURVAL

Dans le cadre de la coopération territoriale européenne France-Italie (Alpes) 2007-2013, Le Conseil général des Alpes-Maritimes s'est engagé aux côtés de deux partenaires italiens : la Province d'Imperia et la province de Savone dans la mise en œuvre d'un Plan Intégré Transfrontalier (PIT).

Ce projet stratégique de coopération transfrontalière a pour objectif de proposer un plan d'actions opérationnelles innovantes en faveur du développement économique de la zone rurale et de la diversification de l'offre touristique franco-italienne, à travers quatre actions-phares centrées sur :

- La diversification des activités,
- La valorisation des produits traditionnels,
- La labellisation des établissements
- Des formations qualifiantes

Différents partenaires se sont joints aux trois chefs de file du projet – le Conseil général des Alpes-Maritimes, la Province d'Imperia et la Chambre de Commerce d'Imperia, chacun améliorant dans ce cadre ses compétences afin de créer des actions d'excellence et développer ainsi une stratégie touristique innovante en mesure de garantir la durabilité sociale et économique des communautés locales, intégrant l'amélioration constante de la qualité, l'offre touristique, le patrimoine (naturel, culturel, etc.), les richesses de l'agriculture et de l'artisanat local et le renforcement de l'identité des territoires :

Côté italien : la Provinces de Cuneo, la Chambre de Commerce de Cuneo, GAL Langhe et Roero,

Côté français : le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur (CRT CA), la Chambre de Métiers et de l'Artisanat 06, la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur, la Chambre d'Agriculture 06, et le GRETA Tourisme Hôtellerie 06,

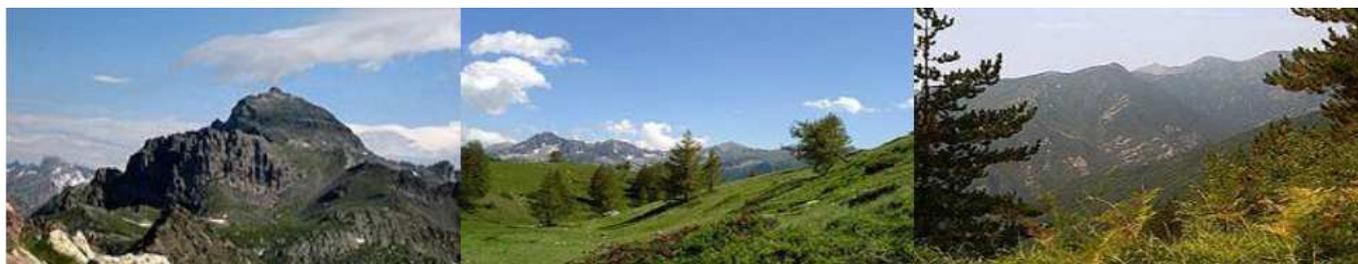
Le Haut et le Moyen-Pays Alpin franco-italien : un environnement d'exception

Ancrées au sein du massif des Alpes du Sud, les Alpes-Maritimes et ligures (ou « Alpes de la Mer ») se sont imposées grâce à un ensoleillement exceptionnel comme une destination touristique majeure, hiver comme été.

Haut-pays : Les massifs des Alpes ligures recouvrent la frontière nord de l'Italie (Ligurie et Piémont) et une partie des Alpes-Maritimes du col de Tende au massif du Mercantour - Argentera. Leurs sommets culminent entre 2500 et 3000 m d'altitude.

Moyen-Pays : Les Préalpes franco-italiennes s'étendant depuis Grasse vers Nice via la rivière Vermentagna et la Roya jusqu'à Vintimille puis Savone, sont caractérisées par des vallées culminant à 500m d'altitude et des crêtes ne dépassant pas 2500m.

les Alpes-Maritimes et ligures regroupent des espaces naturels exceptionnels- espaces protégés, parcs nationaux, réserves naturelles et parcs naturels régionaux s'étendant sur plus de 100 000 ha, notamment le Parc national du Mercantour prolongeant le Parc alpin transfrontalier et le Parc Naturel des Alpes ligures sur la Province d'Imperia - constituent un instrument exemplaire au service de la protection de l'équilibre biologique et un site paysager unique pour une clientèle internationale férue d'écotourisme.



ALPES-MARITIMES : 163 communes

163 communes dont 115 communes rurales
80% du territoire de montagne est intégré dans des espaces protégés
En projet : une réserve naturelle (Cians Var) et Un parc naturel régional des Préalpes d'Azur
Evolution de la population depuis 1990 : +33%
1 011 326 habitants aujourd'hui
1322 créations d'entreprises en 2010
95% du tissu industriel est constitué par des TPE

(Source Observatoire économique des Alpes-Maritimes SIRIUS-CCI)

LIGURIE OCCIDENTALE : 136 communes (Province d'Imperia et de Savone)

Située à l'est des Alpes-Maritimes, la Province d'Imperia dont le chef-lieu est Imperia regroupe 67 communes au sein d'un territoire à 80% montagneux. Elle compte 220 217 hab. pour la plupart concentrés sur la côte.

Quant à la Province de Savone, dont le chef lieu est Savone elle compte 69 communes et 287 906 habitants

PIEMONTE (Province de Cuneo) dont le chef-lieu est Cuneo recense 250 communes, environ 396 000 entreprises industrielles et 122 000 entreprises artisanales.

Spécificités du tourisme de montagne : disparités et isolement

En 2007, lors du début du projet TOURVAL, selon le Ministère du Tourisme, la part de l'espace rural en France représentait 20,8% de la consommation touristique de l'hexagone et un tiers de la fréquentation touristique française (33,4 % des nuitées).

En Italie où le secteur touristique représente 10% du PIB, il souffre à la même période d'une offre touristique insuffisamment valorisée (à 80% résidentielle locale), d'une couverture numérique et d'une qualité d'accueil disparates.

Doté de structures d'accueil polymorphes et diffuses (hôtels, résidences de tourisme, villages de vacances, campings, meublés de tourisme, chambres d'hôtes, gîtes), le tourisme rural franco-italien a longtemps été négligé au profit du balnéaire, pénalisé par l'obsolescence de son parc hôtelier et le déséquilibre de l'offre entre l'hébergement situé en station et celui hors station.

■ Un secteur emploi marqué par la pluriactivité et la saisonnalité

25 à 80% des emplois directs et indirects en zone montagne sont générés par le tourisme, soit 9,5% de l'emploi touristique français. 100 millions de nuitées se font sur l'ensemble de l'espace montagne français, soit un CA cumulé de près de 350 M€ (source MEEDM).

Bénéficiant d'une démographie dynamique, les Alpes ligures ont un taux de chômage inférieur à la moyenne des zones rurales hors montagne et disposent d'un environnement d'excellence organisé en trois zones concentriques : la haute montagne, zone de « grand tourisme », tournée depuis quelques années en raison d'un enneigement plus difficile que dans les Alpes du Nord, vers le tourisme vert, sa périphérie, désertifiée et enclavée et les Préalpes, zone rurale démographiquement attractive et comprenant 25 % d'agriculteurs.

Dans les Alpes-Maritimes, le secteur touristique représente 18 % des emplois, soit près de 75 000 emplois directs liés à l'activité touristique azurienne, la Côte d'Azur avec près de 11 millions de touristes par an et un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros, se positionnant comme la 1ère destination touristique française après Paris.

Compte tenu de la forte croissance démographique de ces territoires de montagne, l'enjeu prioritaire est donc de renforcer les capacités d'accueil dans les dispositifs d'accès aux qualifications professionnelles pour mieux répondre aux besoins de développement local.

■ Vers un tourisme alliant traditions, authenticité, qualité et proximité

L'émiettement de la durée des vacances, la crise économique mondiale de 2008, le développement du e-tourisme, la demande croissante en matière de tourisme équitable et écologique et la forte concurrence des destinations méditerranéennes proches ont contribué à développer un tourisme de proximité et de courte durée privilégiant des modes d'hébergement économiques et un accueil de qualité conjuguant convivialité et authenticité.

Son essor repose depuis 2007 sur l'impulsion d'acteurs publics et privés qui aident les gérants d'établissements touristiques à mutualiser et diversifier leur offre, valoriser les produits du terroir et leur patrimoine naturel, améliorer la qualité de leur accueil et de leurs infrastructures d'hébergements en s'engageant dans des démarches de qualification et de certifications afin de renforcer la visibilité à l'international.

Une dynamique qui commence à porter ses fruits :



●●● Les voyages en France métropolitaine selon le type d'espace

	Répartition des voyages (en %)	Répartition des nuitées (en %)	Durée moyenne de voyage (en nuitées)
Total littoral	22,7	30,9	7,3
dont Littoral rural	12,6	19,1	8,1
Littoral urbain	10,1	11,8	6,2
Total montagne	11,0	13,9	6,8
dont Montagne hors station	6,3	7,7	6,6
Montagne station	4,7	6,2	7,0
Rural	34,2	30,6	4,8
Urbain	28,7	20,9	3,9
Non renseigné	3,3	3,7	6,0
Total France métropolitaine	100,0	100,0	5,4

Source : DGCS, enquête SDT.

Chiffres-clés 2012/ Source : Insee, DGCS, partenaires régionaux, SNRT, FNGF, Clévacances France, Accueil Paysan, Fleurs de soleil

●●● Les voyages en France métropolitaine selon le type d'hébergement

	Répartition des voyages (en %)	Répartition des nuitées (en %)	Durée moyenne de voyage (en nuitées)
Hébergement marchand	29,8	34,2	6,2
dont Hôtel	10,5	6,1	3,1
Camping	5,7	9,0	8,5
Location, gîte, chambre d'hôte	11,3	16,3	7,7
Hébergement non marchand	70,2	65,8	5,0
dont Résidence secondaire du foyer	9,9	16,3	8,8
Famille	46,3	38,7	4,5
Amis	11,4	8,2	3,8
Total France métropolitaine	100,0	100,0	5,4

Source : DGCS, enquête SDT.

D/ PIT TOURVAL : UNE STRATEGIE INNOVANTE POUR DYNAMISER LE TOURISME VALLEEN

Les orientations économiques de ces 50 dernières années en faveur du développement urbain et les processus de mondialisation ont fragilisé les zones rurales et montagneuses caractérisées par des micro-économies peu structurées.

Pour lutter contre la désertification, préserver l'identité culturelle traditionnelle et la pérennité socio-économique des territoires du Moyen et Haut-Pays, quatre régions transfrontalières - le département des Alpes-Maritimes, les Provinces d'Imperia et de Savone (Ligurie occidentale) et de Cuneo (Piémont), se sont associées en 2007 à travers un Plan Intégré Transfrontalier (PIT) TOURVAL, dans le cadre du programme européen de coopération territoriale ALCOTRA 2007-2013.

Un défi à la hauteur des enjeux

Le Conseil Général des Alpes-Maritimes, la Province d'Imperia et la Chambre de Commerce d'Imperia, ont ainsi mis en œuvre **avec leurs partenaires une stratégie innovante à travers quatre actions transversales à vocation touristique**, ayant pour objectifs prioritaires :

- . **L'amélioration de l'offre touristique grâce à une organisation plus structurée**
- . **La restauration des identités territoriales**
- . **La promotion d'une nouvelle image du tourisme de montagne, comme vivier d'innovation, d'excellence et de qualité**
- . **La valorisation des produits et services des territoires transfrontaliers**
- . **La réhabilitation et modernisation des structures d'hébergement touristique par des actions d'accompagnements individualisés, soutien financier et intégration à des démarches qualifiantes nationales et européennes.**
- . **Le développement de nouvelles activités économiques diversifiées intégrées à l'offre touristique existante pour renforcer l'attractivité, la compétitivité et la durabilité du secteur touristique franco-italien**

■ 4 projets simples complémentaires

Le PIT est composé de 4 projets liés les uns aux autres et déclinés autour des thèmes suivants :

1/ La diversification de l'offre touristique transfrontalière : projet-pivot de la stratégie commune autour duquel s'articulent les trois autres projets, il définit les stratégies marketing de l'offre touristique, les stratégies relatives à l'accueil ainsi que les outils et « lay-out » développés pour promouvoir **des initiatives innovantes autour des thèmes « Activités de pleine nature et activités culturelles »**

2/ La valorisation des productions traditionnelles : ce projet permet de travailler sur les productions traditionnelles **dans les secteurs de l'artisanat, de l'agro-alimentaire, des cosmétiques et du bien être** afin de valoriser la culture, les traditions, les connaissances et savoir-faire des territoires transfrontaliers. Ces produits participent à l'intégration de l'offre de services touristiques programmée dans le projet n°1.

3/ « TOURVAL Café » : Reposant sur l'expérience française d'accompagnement des professionnels vers la qualification, à l'instar de la démarche Bistrots de pays® et leur déploiement en France et en Italie. De façon plus large, le projet vise la qualification et la valorisation d'établissements touristiques de petite taille en zone rurale (hébergements, cafés, restaurants, commerces multiservices).

TOURVAL café » a ainsi accompagné près de 100 établissements vers la qualification : cafés, restaurants et commerces multiservices franco-italiens

4/« TOURVAL formation » : le projet transversal soutient les actions des 3 autres projets et propose des cycles de formations adaptées aux besoins des publics externes (demandeurs d'emploi) et internes des structures touristiques. Il a pour vocation de renforcer connaissances, compétences et qualifications professionnelles.

A/ PROJET 1 : DIVERSIFICATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Objectif

Projet central de la stratégie commune qui peut être considérée comme étant l'axe porteur autour duquel gravitent les autres trois projets. **Ce projet porté par la Province d'Imperia, chef de file en partenariat avec la Province de SAVONE et le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur (CRT CA)** élabore la cartographie des activités extérieures existantes et potentielles sur le territoire, complétée avec les résultats de « Valorisation des produits du terroir » et de « TOURVAL Café ».

C'est donc le projet qui développe les stratégies innovantes dans le domaine touristique pour le développement du territoire transfrontalier en mettant à profit les résultats et les outputs des autres projets afin de :

- . **Valoriser et diversifier l'offre touristique transfrontalière**
- . **Créer des produits et services touristiques à valeur ajoutée, durables et caractérisés par des standards d'excellence.**

Méthodologie

Les différents partenaires ont procédé aux démarches suivantes par étapes-clés :

- . **Analyse des marchés de référence et identification des marchés-cible**
- . **Définition d'une stratégie de développement commun du produit touristique**
- . **Construction d'une offre touristique transfrontalière d'excellence sur la base de standards partagés**
- . **Promotion de produits touristiques**

Réalisations

- . **Organisation d'un éducteur avec 6 journalistes de medias nationaux et internationaux spécialisés dans le tourisme pour promouvoir le projet global et les produits innovants lancés, lors du Salon des Vacances 2013 à Bruxelles**
- . **Création d'itinéraires cyclo-touristiques thématiques franco-italiens** pour valoriser les ressources sportives, culturelles et naturelles territoriales: le Bormida Tour de Osiglia à Bardineto, décliné autour de 7 circuits pittoresques et inédits, Tra Lurisia e Limone (géologie marine), sur la route de Napoléon (culturel), du Col de Tende à Cebano-Monregalese (gastronomique), les routes du goût des Alpes de la Mer...
- . **Participation de 2011 à 2012 à 15 manifestations de renom en France, Italie et Europe** (foires et salons professionnels, événements sportifs tels que BIT 2012 à Milan, Art & Tourisme 2012 à Florence, le Salon de la Montagne à Paris et à Lyon (2010 et 2011), Ferienmesse 2012 à Vienne, Reisen 2012 à Hambourg....
- . **Matériel de promotion touristique:** 5 cartes d'itinéraires-découvertes pour promouvoir le patrimoine culturel, les activités pleine nature (bicyclette, trecking et loisirs), découvertes gastronomiques à vélo des Alpes de la Mer, services touristiques et d'un dépliant sur l'itinéraire d'excursions BORMIDA TOUR..
- . **Communication : création de 3 pages internet** (www.visitrivieradeifiori.it; www.cotedazur-tourisme.com; www.turismo.savona.provincia.it), actions confortées par une campagne d'affichage publicitaire 2011-2012 et la réalisation d'un publi-rédactionnel dans la Stampa pour promouvoir le Moyen et Haut-Pays.

B/ PROJET 2 : VALORISATION DES PRODUITS TRADITIONNELS

Objectif

Piloté par la Province d'Imperia, chef de file du projet en partenariat côté italien avec les Chambres de Commerce de Cuneo et d'Imperia, le GAL Langhe Roero, la Province de Savone et côté français avec le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat ainsi que la Chambre d'Agriculture des Alpes-Maritimes, le projet porte sur les productions typiques et en particulier sur les productions représentatives de l'identité locale afin de mettre en valeur la culture, les traditions, les savoirs, les saveurs et les goûts de ce territoire transfrontalier.

L'objectif prioritaire était de :

- .valoriser les productions du territoire dans les secteurs de l'artisanat, de l'agro-alimentaire, des cosmétiques et du bien-être pour optimiser leur commercialisation**
- .mettre en œuvre de nouvelles activités porteuses pour le développement des économies rurales,**
- .instaurer un système homogène de qualité entre professionnels.**
- .organiser des actions d'animation pour promouvoir et valoriser les produits du terroir**
- .améliorer globalement la communication pour véhiculer une image identitaire d'excellence du secteur touristique territorial transfrontalier**

Méthodologie

Les différents partenaires ont dans cette perspective :

- défini les productions identitaires du territoire transfrontalier**
- analysé les attentes de la clientèle par rapport aux comportements d'achat et de consommation**
- organisé en France et en Italie des éductours et réunions (couplant animations et rencontres d'affaires) entre opérateurs économiques franco-italiens pour réaliser des itinéraires touristiques thématiques de qualité sur l'ensemble du territoire transfrontalier**

Réalisations

Les partenaires ont réalisé les actions suivantes :

- . Elaboration d'une fiche d'identification de la production départementale des 4 vallées du Mercantour et publication d'un catalogue des produits intitulé « Arts et Saveurs des Alpes de la Mer »**
- . Création d'une carte des bassins de production du département et publication de 4 cartes TOURVAL transfrontalières**
- .Participation au salon de l'artisanat pour développer des partenariats entre artisans, agriculteurs et producteurs transfrontaliers**
- .Elaboration d'une cartographie franco-italienne des produits typiques départementaux et d'un cahier des charges de qualité des produits en partenariat avec Bienvenue à la ferme**
- . Constitution d'un livret de recettes du terroir en partenariat avec des chefs**
- . Organisation d'une fête agricole départementale et apposition d'un identifiant sur les produits**
- . Participation à 4 événements majeurs: la fête de la truffe à Alba en 2011, la fête de l'huile et de l'olive « l'Olioliva » en 2011, Salon de l'Agro-alimentaire à Finalborgo et la Grande fête des produits du terroir au Rouret en 2012 et présence à 3 manifestations azuréennes en 2011 : Foire de Nice, MOAC à San Remo et l'agritour d'Arezzo,**
- . Création d'une page Facebook sur les produits traditionnels**
- . Valorisation des produits dans les restaurants gastronomiques locaux et de la production horticole en bouquets haut de gamme avec le lancement d'un identifiant « Saveurs et fraîcheur des Alpes-Maritimes »**
- . Mise en valeur d'événements d'excellence avec l'organisation de la fête de l'agriculture agrémentée d'une table ronde sur la valorisation des produits**

C/ PROJET 3 : TOURVAL CAFE

Objectif

Ce projet est piloté par le Conseil général des Alpes-Maritimes, chef de file du projet en partenariat, côté italien, avec les Chambres de Commerce de Cuneo et d'Imperia, le GAL Langhe Roero et les Provinces de Savone et d'Imperia.

L'objectif du projet est d'accompagner la qualification transfrontalière des hébergements, cafés, restaurants et commerces multiservices et valoriser par une promotion adaptée l'offre ainsi qualifiée. Les actions passent par des étapes de sensibilisation et de formations pour améliorer la qualité d'accueil touristique du Haut-Pays en France et en Italie.

L'objectif du projet est également celui d'expérimenter sur le territoire la mise en place du concept déployé en France « Bistrots de pays® » et d'étudier sa possible adaptation et son déploiement en Italie.

La liaison avec l'idée forte du PIT TOURVAL est la multifonctionnalité du « Café-restaurant » qui fait office de lieu de restauration, commerces multiservices, de vitrine pour les produits du terroir, d'espace dégustation et de point d'information touristique pour le territoire, les touristes et la population. Les « TOURVAL Café » représentent également un point de ralliement et une offre de services aux habitants du Haut-Pays qui souffrent d'exode et le café sert alors de lieu central de vie. Pour ces zones, le projet a donc également une fonction d'amélioration de la qualité de la vie des résidents qui rejoint l'objectif général du Programme ALCOTRA.

Méthodologie

Le plan d'actions du projet « TOURVAL Café » s'est déroulé en deux phases en concertation avec l'ensemble des partenaires.

Lors de la 1^{ère} phase de 2007 à 2009, les partenaires ont réalisé des actions d'identification, de recensement et d'évaluations des potentialités des territoires ainsi que des établissements pouvant intégrer la démarche.

Cette étape-clé a permis de comparer les méthodes de travail et d'opérer un transfert de savoir-faire à travers des échanges d'expériences et réunions d'animation et de sensibilisation des opérateurs touristiques pour la qualification de l'offre

Les dispositifs d'accompagnement de démarches qualifiantes pour l'obtention de labels/marques reconnues au plan européen et national dans le domaine de l'accueil, de l'environnement, et de l'accessibilité ont été lancés au bénéfice de groupes de professionnels par territoire et vallée.

6 groupes territoriaux ont ainsi été constitués :

« Roya Bevera », « Vésubie », « Cians-Var », « Esteron-Pays de Grasse », « Tinée », « Paillons Collines niçoises. »

Un accent particulier a été mis sur les labels « Qualité Tourisme », « Clef Verte » et « Bistrots de Pays® ».

La 2^{ème} phase de 2009 à 2012 :

Durant cette période, ont été mis en œuvre à usage des établissements ayant été labellisés :

. des actions de promotion pour valoriser l'offre d'hébergement touristique à travers la création d'un itinéraire-découverte des produits identitaires locaux (agro-alimentaires, artisanaux), du patrimoine naturel et culturel et le montage de produits de type idées séjours thématiques « Echappées belles » en France ;

. de nombreux supports de promotion bilingues (français-italien), « Echappées belles », « Bistrots de Pays ® » et « Bistrots di Paese » distribués auprès des offices de tourisme et des professionnels.

7 Démarches qualifiantes accompagnées pour l'obtention de labels européens et nationaux



La Clef Verte

Le Label Clef Verte a été créée en 1994 au Danemark. Il récompense l'ensemble des établissements touristiques pour leur dynamisme en matière de gestion environnementale. Les principaux objectifs de ce label sont de sensibiliser les professionnels, éduquer les touristes, diminuer l'impact de chaque nuitée sur l'environnement et promouvoir des hébergements respectueux de l'environnement.

Qualité Tourisme™ est une marque créée par l'État français en 2005 pour labelliser les différents professionnels et institutionnels œuvrant dans le secteur du tourisme.

La marque vise un triple objectif : garantir aux touristes des prestations de qualité, fédérer les démarches engagées par les professionnels du tourisme dans tous les secteurs d'activité et sur l'ensemble du territoire français et donner à la France une image d'excellence qui cultive son accueil, renforce ses savoir-faire et valorise son patrimoine. La marque Qualité Tourisme a pour objectif ultime d'orienter les visiteurs vers les professionnels engagés à les satisfaire.

Aujourd'hui, près de 4000 établissements : hôtels, campings, agences de locations saisonnières, restaurants, cafés, brasseries et offices de tourisme l'affichent déjà.

Bistrots de Pays®/Bistrots di Paese : Lancée par Bernard REYNAL, actuel président de la Fédération Nationale des Bistrots de Pays®, la démarche est initiée à partir de 1992 par le SIVOM du Pays de Forcalquier et Montagne de Lure (Alpes-de-Haute-Provence). La marque déposée en 1993.

Le Bistrot de Pays® a pour but, à travers un réseau local d'animation, de contribuer à la conservation et à l'animation du tissu économique et social en milieu rural par le maintien - ou la récréation - du café de village multi-services à l'ancienne.

Aujourd'hui, la marque regroupe 20 réseaux nationaux répartis dans 8 régions, 11 réseaux territoriaux en PACA dont 1 dans les Alpes-Maritimes (avec 12 établissements labellisés).

La Fédération compte 241 Bistrots de Pays® dont 56 en région PACA.

Dans le cadre de la coopération transfrontalière PIT TOURVAL, **les partenaires italiens ont initié une démarche similaire en 2011 baptisée « Bistrots di Paese »** respectant les mêmes critères d'exigence en Ligurie et dans le Piémont. Aujourd'hui, ils comptent 23 Bistrots di Paese.

Tourisme et handicap : Déposé en 2003 par le ministère chargé du Tourisme dans le cadre de la politique d'accès aux vacances pour tous et d'intégration des personnes handicapées, le label Tourisme et Handicap identifie les équipements et les sites touristiques accessibles aux personnes atteintes de handicaps, moteur, visuel, auditif ou mental. Il valorise les efforts réalisés par les professionnels du tourisme dans l'accessibilité de leurs établissements, leur conférant un avantage concurrentiel sur le marché français et étranger. Il leur permet également d'être répertoriés sur le site de Maison de la France "franceguide.com", site officiel du tourisme en France. Le Département des Alpes-Maritimes recensait en 2012 98 sites labellisés Tourisme & Handicap ou en cours de labellisation (contre 85 en 2011) dont 41 sites d'hébergements et 2 restaurants.

Camping Qualité : a été créé par la Fédération Française de Camping et de Caravaning (FFCC), la Fédération Nationale d'Hôtellerie de Plein Air (FNHPA) avec le soutien du Secrétariat d'État au Tourisme. Les campings qui adhèrent à Camping Qualité se soumettent à une charte d'engagement stricte et précise, ainsi qu'à des contrôles réguliers sur près de 600 critères. Parmi les principaux : un accueil chaleureux, une propreté irréprochable, une information précise et vraie, un emplacement privatif soigné, un environnement valorisé et respecté. Une garantie de qualité au profit du consommateur. Plus de 1000 campings bénéficient de cette charte aujourd'hui.

Gîtes de France, premier réseau d'hébergements chez l'habitant en Europe créé à la fin de la seconde guerre mondiale, regroupe des associations départementales pour la promotion et la commercialisation d'hébergements touristiques. Elle décerne des labels non-officiels aux logements de tourisme répondant à un cahier des charges. Ces labels « Gîtes de France », octroyés en fonction du niveau de confort (de 1 à 5 épis) sont accompagnées d'une classification et d'une publicité qui informe le consommateur sur la qualité et le degré d'équipement des hébergements.

Aujourd'hui, environ 47 000 gîtes existent sur tout le territoire national (DOM-TOM inclus) et 30 000 chambres d'hôtes. 44 000 propriétaires sont concernés. Les Gîtes de France attirent environ 20 % de clientèle étrangère.

Le réseau Bistrot de Pays® / Bistrot di Paese

Éloignés des grands flux touristiques, le café/bar est le dernier ou l'un des derniers commerces dans certains villages. Dans un département où l'espace rural occupe 80% du territoire, assurer le maintien des cafés/bars multiservices (dépôt de pain, épicerie, information touristique, animation culturelle, point poste, point banque) en valorisant leur fonction économique, touristique et sociale est une nécessité pour préserver de la vie et de l'activité dans les villages.



Les critères de labellisation de la marque

Un **Bistrot de Pays®** doit pour être certifié:

- **Etre situé dans une commune rurale, avec une population inférieure à 2 000 habitants.**
- **Constituer le dernier - ou l'un des derniers - commerce(s) du village.**
- **Être ouvert toute l'année.**
- **Proposer, autant que possible, les services de base non assurés par ailleurs dans le village (tels que dépôt de pain, journaux, petite épicerie...)**
- **Organiser des animations festives et culturelles.**
- **Disposer de documents d'informations touristiques locales.**
- **Promouvoir les produits du terroir.**
- **Proposer au minimum une restauration de type casse-croûte à toute heure, basée sur les produits du terroir.**
- **Dans le cas où une restauration complète est assurée, proposer des repas où les recettes et les produits du terroir tiennent une place prépondérante.**



L'esprit Bistrot de Pays®

Bistrot de Pays® c'est un état d'esprit basé sur la convivialité que l'on retrouvera :

- **dans l'assiette** : avec une forte tonalité de terroir, identité perméable cependant aux apports extérieurs et aux interprétations personnelles...
- **dans l'accueil** : chaque établissement ayant un rôle d'ambassadeur du territoire auprès des visiteurs, avec une offre multiservices ...
- **dans l'ambiance** : les animations, l'envie d'échanger, de distraire et de surprendre

La CCI Nice Côte d'Azur délégataire de la Marque, a en charge l'animation et le déploiement du réseau Bistrot de Pays® sur les Alpes-Maritimes et notamment l'accompagnement à la professionnalisation des bistrot de Pays® (formations, éducateurs, soutien, aide au recrutement d'exploitants dans le cas de création/reprise, maintien des exigences de la charte qualité : animations autour de produits régionaux pour valoriser les producteurs locaux et le savoir-faire des cuisiniers des vallées de l'arrière-pays) et grâce à l'appui du Conseil général, le déploiement de la marque Bistrot di Paese en 2012 en Italie.

Le réseau Cheiron-Mercantour Bistrot de Pays® des Alpes-Maritimes

Inauguré en Avril 2009, il réunit aujourd'hui 12 établissements labellisés : **l'auberge de Calendal à Aiglun, le Relais du Mercantour à Beuil, le bistrot de Sophie à Coursegoules, L'Auberge du Baouroux à Caille, le Bistrot des Panissiers à la Tour sur Tinée, l'Auberge Communale de Sauze, l'Auberge du Moulin à Roubion, l'Auberge du Coustet à Saint-leger, l'auberge Le Rigaudois à Rigaud, l'Auberge de Thiéry à Thiery, l'Auberge St Michel à les Ferres, l'auberge communale de Massoins.**

Le réseau italien Bistrot di Paese de Ligurie et du Piémont

Il compte à ce jour 23 établissements labellisés :

10 cafés et petits restaurants en Ligurie dont 8 au sein de la Province d'Imperia et 2 dans celle de Savone:

13 cafés et petits restaurants dans la Province de Cuneo (Piémont) dont 7 dans le Monregalese et 6 dans l'Alta Langa.

Côté français

1^{ère} phase de 2007 à 2012 : Qualification de l'offre touristique & labellisation

En France, près de 150 professionnels du Haut-Pays se sont engagés dans une démarche de qualification, accompagnés par la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur et le Conseil général des Alpes-Maritimes.

65 établissements ont bénéficié d'un accompagnement individuel et collectif et ont obtenu un label ou une marque. Ils ont été accompagnés par la Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur et le Conseil général des Alpes-Maritimes.

50 hébergeurs-restaurateurs ont bénéficié d'audits spécifiques de préconisations architecturales, techniques et paysagères pour la qualification de leurs établissements par le cabinet-conseil retenu.

Eductours et séminaires avec les partenaires et professionnels engagés dans les démarches

- . 34 professionnels au Salon du goût à Turin les 21 et 22 octobre 2010
- . 40 professionnels français et italiens à l'éductour « à la rencontre des Bistrots de Pays® » en Drôme Provençale les 19 et 20 octobre 2011
- . 20 professionnels français et italiens à l'éductour organisé par la Province d'Imperia les 12 et 13 janvier 2012 dans l'arrière-pays de la Province d'Imperia
- . 100 professionnels et institutionnels au séminaire « Bistro di Paese » de Cuneo au château de Mombasiglio en 2012



■ Etablissements transfrontaliers accompagnés dans une démarche qualifiante

-262 professionnels français et italiens ont été contactés, informés, sensibilisés au projet.

Parmi eux, à l'issue des nombreuses actions de sensibilisation développées, des professionnels se sont engagés dans une démarche qualifiante collective :

-Plus de 100 établissements franco-italiens ont été accompagnés dans des démarches de labellisation nationale et/ou européenne.

Labellisations obtenues :

- Clef verte : 13
 - Qualité Tourisme : 32
 - Bistrots de pays® : 12
 - Bistro di paese : 23
 - camping Qualité : 4
- Certaines sont en cours d'obtention.

2^{ème} phase de 2012 à 2013 : Valorisation des établissements labellisés

Création d'un itinéraire de découverte des produits et idées séjours « Echappées belles »

Un e-catalogue a été élaboré pour présenter :

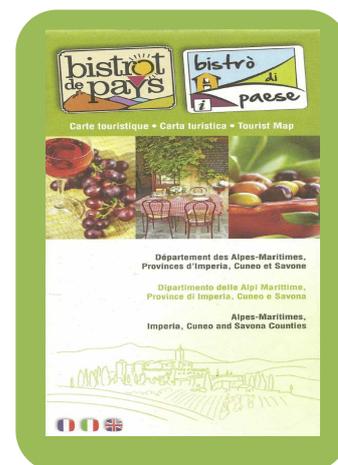
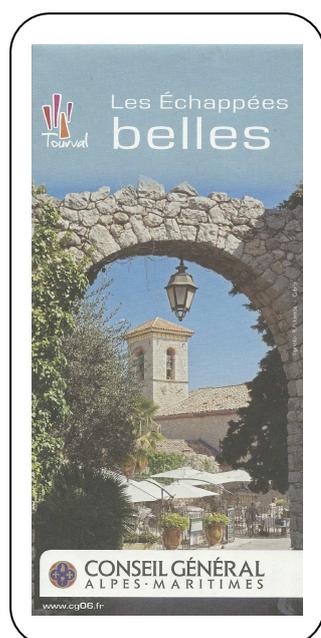
. 40 produits déclinés autour de 3 thématiques attrayantes :

- 19 séjours « Découverte et Immersion » (sur plusieurs jours avec activités de pleine nature : canyoning, randonnées, bisons, golf...) vendus packagés ou non selon l'établissement
- 6 séjours « Détente et bien-être » (1 ou plusieurs nuitées avec champagne, massage, spa, sauna...)
- 15 séjours « Gran Turismo » (1 nuitée étape sur la route, repas spécial motards)

Une pré-commercialisation de ces formules thématiques packagées a été faite dès 2012 auprès d'une centaine de Tours Opérateurs et agences réceptives françaises, européennes et internationales.

Réalisation de supports de promotion « Echappées belles » bilingues (français-italien) :

- 1 e-catalogue des produits et séjours « Echappées belles » en ligne sur les sites internet du CG06, du CRT CA et des Offices de tourisme
- 1 brochure d'accueil format carte reprenant l'itinéraire créé et valorisant les atouts et attraits touristiques du haut pays
- Des sets de table pour les établissements participants
- 1 autocollant « TOURVAL Café » identifiant les établissements qualifiés
- Une carte transfrontalière des Bistrot de Pays® et Bistrot di Paese



Réalisation d'une carte transfrontalière des « Bistrot de Pays® » et « Bistrot di Paese » mettant en avant les 35 établissements labellisés en France et en Italie

Janvier 2013 : participation du Conseil général des Alpes Maritimes et du Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur au Salon des vacances de Bruxelles pour valoriser les deux marques, les établissements labellisés et diffuser la carte touristique trilingue (français, italien, anglais).

Le 12 avril 2013 : Remise de 32 IPADS avec socles sécurisés aux hébergeurs du Moyen et du Haut-Pays franco-italiens, équipés de connexions afin de leur permettre d'offrir à leur clientèle un accès aux sites internet des acteurs touristiques du territoire, notamment à l'e-catalogue « Echappées belles ». Mise à disposition gracieuse par le Conseil général des Alpes-Maritimes.

Côté italien

1^{ère} phase de 2009 à 2011

La Province d'Imperia et les chambres de commerce d'Imperia et de Cuneo ont organisé :

Novembre 2011 : 10 séminaires d'animation et de sensibilisation dans les communes de l'arrière-pays de la Province d'Imperia dans le cadre de la 10^{ème} édition du « Olioliva, la fête de la nouvelle huile »

Décembre 2011 : 5 rencontres de sensibilisation en zone Langhe E roero

-Identification de 8 Structures au sein de la province de Cuneo accompagnées dans une démarche qualifiante (formations et conseils individuels et collectifs)

13 décembre 2011 : ces 8 établissements ont participé à un éducteur en France pour connaître la réalité d'un Bistrot de pays® à Coursegoules ;

- 22 structures ont été identifiées pour suivre des parcours de qualification environnementale.

Un accent particulier a été mis sur des démarches de labellisation pour l'obtention de la marque Ospitalita italiana, la marque régionale Sommi et les marques communautaires Emas et Ecolabel.



1^{er} trimestre 2012

-Elaboration d'un support multimedia pour promouvoir les produits traditionnels.

-Organisation d'un éducteur dans la Province d'Imperia au cours duquel ont été remis des brochures et une vidéo de présentation des bistrots de la Province d'Imperia, mis en ligne sur le site internet de l'office de tourisme d'Imperia.

-Création du logo, de la charte graphique et de la Charte règlementaire « Bistro di Paese » pour l'usage de la marque, choix du mobilier, et matériel de promotion (enseigne, vitrines, présentoirs),

- **Mars 2012** : Participation à une journée d'échanges franco-italienne au CICA (Sophia-Antipolis) avec une trentaine de producteurs de produits typiques,

- Organisation d'un séminaire transfrontalier à Mombasiglio (29 mars) et d'un éducteur en zone Langhe E roero (30 mars) pour présenter le réseau à des journalistes européens.

- **Avril 2012** : participation des établissements à la manifestation « Market for good taste » à Stoccarda à l'initiative de la CCIAA Imperia en partenariat avec Riviera dei fiori.

- Organisation d'un séminaire sur la thématique « Web et territoire » par le Gal Langhe Roero animé par des experts en web marketing et marketing touristique.

- **Mai 2012** : organisation d'un éducteur à Alta langa avec 8 journalistes européens de renom (presse, radio, TV)

- édition d'un guide « Bistro di Paese » distribué auprès des offices de tourisme et d'une brochure imprimée en 4 langues (italien, français, anglais et allemand) en 4000 exemplaires, réalisée par l'ensemble des partenaires italiens.

D/ PROJET 4 : TOURVAL FORMATION

Contexte

Ce projet porté par la Chambre de Commerce d'Imperia, chef de file en partenariat avec la Chambre de Commerce de Cuneo, le GRETA Tourisme et hôtellerie 06, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Alpes-Maritimes, le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur (CRT CA) répond au manque, dans le territoire concerné par le projet PIT, de personnel préparé techniquement et professionnellement pour favoriser les processus de développement local.

De fait, le projet est au service des autres trois projets simples du PIT et prend forme à travers la mise en place d'un ensemble d'activités de formation liées au thème des trois projets susmentionnés.

Les actions de formation portent sur:

- **la promotion le marketing, le développement du territoire, l'hébergement,**
- **les systèmes de qualité et d'excellence, la gestion et la sauvegarde du territoire.**

Objectif

L'objectif principal du projet TOURVAL formation est celui de former les professions utiles aux actions de développement qui se mettent en place en synergie avec les autres projets et d'améliorer les compétences des opérateurs déjà présents dans les secteurs économiques intéressés par le PIT.

Il contribue ainsi à faire évoluer les mentalités et à conforter la mobilité des ressources humaines sur le territoire. Par ses actions de soutien (organisation de formations et de séminaires), il favorise de nouvelles orientations et parcours professionnels améliorant les compétences individuelles et la qualité des productions locales pour une plus grande compétitivité de l'économie touristique territoriale.

En synthèse, il a pour mission de :

- **Former des demandeurs d'emploi afin de répondre aux besoins des professionnels des projets 1 et 2 initiés « Diversification » et « valorisation des produits typiques traditionnels »**
- **Former des opérateurs touristiques afin qu'ils s'adaptent aux besoins des professionnels du tourisme engagés dans les projets 1 et 3 « Diversification » et « TOURVAL Café »**
- **Créer de nouveaux métiers pour favoriser la fréquentation touristique**
- **Améliorer ainsi la compétitivité des établissements touristiques de montagne**
- **Préserver le savoir-faire traditionnel artisanal transfrontalier,**
- **Favoriser la mobilité transfrontalière à travers des formations mutualisées**

Méthodologie

Dans un premier temps, les différents partenaires ont analysé les besoins en formation puis défini le parcours de certification des compétences.

Puis ils ont mis en place des **actions de formation courte** et organisé des **séminaires pour la qualification professionnelle des opérateurs économiques, centrés sur les normes de sécurité, les enjeux énergétiques et la promotion des structures touristiques via les nouvelles technologies.**

Une plate-forme d'information et de communication en ligne pour la formation à distance (FAD) a été créée et mise à disposition des opérateurs locaux participant à tous les projets.

Cet outil efficient a par ailleurs, grâce au forum de discussion instauré, facilité les échanges et retours d'expériences des opérateurs transfrontaliers.

Réalisations

Dans cette perspective, le projet a ainsi développé **deux cursus de formation dans le secteur tourisme** :

- **Le premier dédié aux demandeurs d'emploi avait pour objectif à l'issue d'un bilan de compétences de former les candidats les plus motivés aux métiers de promotion et de développement touristique d'un territoire transfrontalier**
- **Le second cursus était dédié aux personnes actives dans le secteur tourisme, nécessitant une requalification professionnelle pour revaloriser des compétences**

Le premier cursus de formation pour les demandeurs d'emploi qui a été développé par la Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Alpes-Maritimes en synergie étroite avec la Chambre de Commerce d'Imperia à l'issue d'une analyse des diplômes et métiers de l'artisanat en France et en Italie, avait pour finalité d'aider 4 femmes (de 23 à 57 ans) à se réinsérer professionnellement dans le secteur touristique afin de répondre aux besoins des professionnels du réseau transfrontalier dans les métiers d'art et de bouche.

Le programme de formation s'est déroulé de Février à Septembre 2012 autour des thématiques suivantes :

« Management de projet et montage d'événements, Economie des entreprises touristiques, Marketing et communication, Droit, hygiène et sécurité au travail, connaissance des territoires et des politiques communautaires ».

Le module comprenait :

- **24 h d'encadrement personnalisé pour définir les orientations de chaque candidat**
- **200 h de formation théorique et linguistique (apprentissage de l'italien),**
- **175 h de formation pratique, comprenant des visites (telles que la Ville de Grasse, la confiserie Florian à Bar-sur-Loup, Bordighera..), la découverte des métiers et des entreprises touristiques (telles que les offices du tourisme de Tende, de la Colle-sur-Loup, Maison du patrimoine de Nice...) et une connaissance du territoire**
- **12 semaines de stage en entreprise**

Le 2^{ème} cursus dédié aux professionnels du tourisme a rassemblé 24 participants d'octobre 2012 à Janvier 2013 autour des métiers d'art sur le thème « Riviera Arts & Délices, l'artisanat éveille vos sens » à travers 3 journées -ateliers autour de :

- **L'export et le financement (21 janvier 2013)**
- **L'atelier des tendances (24 janvier 2013)**
- **Design d'espaces & vitrines (28 janvier 2013)**

A/ LES CHEFS DE FILE DES 4 PROJETS PIT TOURVAL

Partageant un même espace de proximité avec une identité alpine et méditerranéenne commune ; les trois chefs de file mènent de nombreuses relations de concertation depuis 1982, liens renforcés par la coopération transfrontalière développée dans le cadre du programme communautaire Interreg et depuis 2007 du programme européen ALCOTRA.

CONSEIL GÉNÉRAL

DES ALPES  MARITIMES **Le Conseil général des Alpes-Maritimes, partenaire principal et coordinateur du projet global PIT TOURVAL a participé en tant que chef de file au projet TOURVAL Café.**

Le Conseil général a mené de nombreux projets de coopération transfrontalière avec l'Italie. Il a participé en tant que partenaire principal et chef de file aux côtés de la Province d'Imperia, de Cuneo et de Savone au projet Ports Riviera Coopération/ ALCOTRA 2007 /2013, clôturé fin 2012. Les routes et itinéraires touristiques suivants ont été développés il y a quelques années : Alpes de la mer à vélo, offrant des circuits VTT transfrontaliers, la route du Baroque Nisso Ligure ou encore la Route des Jardins de la Riviera Franco Italienne.

En cours actuellement depuis 2000 deux projets :

La Conférence des Alpes Franco-italiennes/région autonome du Val d'Aoste et province de Turin et depuis 2006 le projet Euro-Territoire franco-italien.



La **province d'Imperia**, La province d'Imperia s'étend sur une superficie de 1155,50 km²; elle possède une frontière avec la France, à l'ouest, avec la Province de Cuneo au nord, la province de Savona à l'est et elle est bordée par la Mer Ligure au sud.

A cause de sa petite taille, la Province de Imperia présente une densité moyenne à peine supérieure à 180 hab/Km². Les habitants se sont installés de manière très irrégulière sur la bande littorale et de façon très éparse dans la zone de montagne .

La Province d'Imperia a participé en tant que chef de file aux projets PIT TOURVAL 1 et 2 :

- « **Diversification de l'offre touristique** » et « **Valorisation des produits typiques** »



La Chambre de Commerce d'Imperia a participé en tant que chef de file au projet PIT TOURVAL 2 :

- « **Valorisation des produits typiques** »

B/LES PARTENAIRES FRANÇAIS DU PROJET



a participé aux projets PIT TOURVAL 1,2 et 4

Organisme institutionnel et véritable maître d'oeuvre du marketing touristique de la destination, le **Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur** (CRT CA) travaille en étroite collaboration avec l'ensemble des acteurs du département : Institutionnels et professionnels, à la définition et mise en œuvre de la stratégie touristique des Alpes-Maritimes.

Son intervention s'inscrit dans une logique partenariale encourageant ainsi la création de synergies et la mise en réseau des territoires et filières touristiques du département.

Son rôle en matière de marketing territorial et de développement touristique constitue le cœur de sa mission au service de la destination Côte d'Azur, en s'appuyant notamment sur le relais privilégié que constitue le réseau des bureaux Atout France dans le monde. Par son expertise et son savoir-faire, le CRT intervient activement et soutient les grands projets portés par les entités et territoires du département dans le cadre de partenariats.



La Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Alpes-Maritimes

a participé aux projets PIT TOURVAL 2 et 4

Le tissu économique des Alpes-Maritimes est constitué à 90 %, de petites structures, PME et TPE. L'artisanat y représente plus de 27.000 entreprises artisanales réparties dans les secteurs de l'alimentation, du bâtiment, de la production et des services. Se fondant sur des valeurs d'authenticité, de qualité et de proximité, elles maillent le territoire des Alpes-Maritimes, de la bande littorale jusque dans les vallées du moyen et du haut pays, faisant vivre 60.000 actifs, dynamisant les quartiers et les villages, vecteurs d'animation et de lien social.

Elle propose des dispositifs d'accompagnement qui vont du conseil au diagnostic en passant par une offre de formation riche et variée pour qualifier le chef d'entreprise et ses salariés.



La Chambre Régionale d'Agriculture Provence-Alpes-Côte d'Azur

a participé au projet PIT TOURVAL 2

La Chambre Régionale d'Agriculture Provence-Alpes-Côte d'Azur est un établissement public administratif à caractère économique et professionnel. A ce titre, il représente et défend les intérêts de la profession agricole auprès de tous les lieux de décision. Son service de Promotion Agritourisme soutient les agriculteurs dans la valorisation et la commercialisation de leurs produits à travers différentes actions de promotion des filières (salons professionnels, foires, évènements...).



a participé au projet PIT TOURVAL 4

Le Greta Tourisme Hôtellerie –académie de Nice

Le GRETA Tourisme Hôtellerie est l'organisme de Formation Continue de l'Education Nationale, sectoriel et académique, centré sur un seul secteur d'activité : Hôtellerie, Restauration, Tourisme. Il intervient dans les 2 départements des Alpes Maritimes et du Var où il possède 2 espaces permanents des métiers de l'Hôtellerie/Restauration, l'un à Nice l'autre à Toulon.

Il accueille en formation aussi bien des publics jeunes (sortis du système scolaire initial) que des adultes (demandeurs d'emploi, salariés d'entreprise, particuliers). Il met en place par ailleurs des actions de formation « intra-entreprise » et des actions de formation qualifiantes, diplômantes du CAP au BTS et/ou professionnalisantes, ainsi que des modules sur mesure

C/ LES PARTENAIRES ITALIENS DU PROJET

Les régions de Ligurie et du Piémont ont un tissu économique assez proche, se caractérisant par un nombre particulièrement important de PME et par un poids relativement élevé de l'industrie et de la construction (respectivement 30 et 40 % des emplois).

Les politiques de soutien aux entreprises visent en particulier à créer un environnement favorable au développement des entreprises : aide et accompagnement lors de la création d'entreprise, nouveaux marchés, prospection commerciale à l'étranger, formation, nouvelles technologies...

Les chambres consulaires italiennes représentent les intérêts économiques de leur secteur et ont pour missions de : favoriser le développement économique par l'information des entreprises, le conseil, la formation, la promotion.

Ce sont des structures très anciennes (datant de 1862 au Piémont) qui ont un statut d'établissement public avec une nature élective.

Au Piémont et en Ligurie, chaque CCIAA correspond à une province.



La Chambre de commerce d'Imperia (Province d'Imperia / Région de Ligurie)

a participé en tant que partenaire aux projets PIT TOURVAL 2, 3 et 4 :

« **Valorisation des produits typiques** » ,« **Tourval Café** » et « **Tourval formation** »



La Chambre de commerce de Cuneo (Province de Cuneo / Région du Piémont)

a participé en tant que partenaire aux projets PIT TOURVAL 2 et 3 :

« **Valorisation des produits typiques** » et « **TOURVAL Café** »



La Province de Savona (Région de Ligurie) a participé en tant que partenaire aux

projets PIT TOURVAL 1,2 et 3 :

- « **Diversification de l'offre touristique** », « **Valorisation des produits typiques** » et « **TOURVAL Café** »



Le GAL Langhe Roero (Région du Piémont) a participé en tant que partenaire aux

projets PIT TOURVAL 2 et 3 :

-« **Valorisation des produits typiques** » et « **Tourval Café** »

Le GAL, fondé en 1993, sous forme de société à responsabilité limitée est un organisme dirigé par un conseil administratif de 9 membres (4 publics et 5 privés) et animé par 35 experts (15 publics et 20 privés) chargés de défendre les intérêts privés et collectifs du territoire piémontais auprès des instances institutionnelles sociales et économiques italiennes, notamment des agriculteurs et producteurs traditionnels.

A ce titre, il supervise de nombreux programmes européens, notamment de coopération transfrontalière à l'instar de PIT TOURVAL/ ALCOTRA 2007-2013.

PIT TOURVAL / ALCOTRA 2007-2013 en quelques chiffres

Sur un budget global de 4,7 M€,

1 - Diversification de l'offre touristique -Montant du projet : **1 214 965 €**

Subventions FEDER : **719 260 €**

Coût France : **555 833 €** (dont 62 400 € d'aide du CG) et Coût Italie : **659 132 €**

2 - Valorisation des produits typiques -Montant du projet : **1 626 060 €**

Subventions FEDER : **962 628 €**

Coût France : **465 653 €** (dont aide CG de 54 569 €) et Coût Italie : **1 160 407 €**

3 - TOURVAL Café- Montant du projet : **1 278 019 €**

Subventions FEDER : **756 587 €**

Coût France : **537 477 €** (dont aide CG de 199 291 €) et Coût Italie : **740 542 €**

4 – TOURVAL Formation -Montant du projet : **620 368 €**

Subventions FEDER : **413 165 €**

Coût France : **169 573 €** (dont aide CG de 11 857 €) et Coût Italie : **450 795 €**

Total coût France : 1 728 536 € dont 1 035 842 € de FEDER

et **total coût Italie : 3 010 876 €** dont 1 815 798 € de FEDER

CONTACT PRESSE

Contact Presse

Dominique RUFFAT - Tél. +33 (0)6 18 45 15 38 - Email : dominique.ruffat@sfr.fr