



**MED-Routes**

**Interreg  
Euro-MED**



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*« Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED  
par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires  
culturels du Conseil de l'Europe »*

**Plans d'action MED-Routes**

**LIVRABLE 4.1.1.**



## SYNTHÈSE

Ce document présente les plans d'action des différents itinéraires qui font partie du projet « Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe ». Rappelons que l'objectif général du projet est de mettre en place et de promouvoir un modèle de tourisme durable à faible impact environnemental s'appuyant sur les ressources locales, au sein des Itinéraires culturels (IC) de l'espace MED, et en particulier de définir un modèle spécifique de « slow tourism » méditerranéen, ancré dans le patrimoine commun de quatre IC :

1. Destination Napoleon ;
2. Route des Phéniciens ;
3. Route européenne de la céramique ;
4. Routes de l'olivier.

Selon les termes de la candidature, le projet se fonde sur le principe du transfert bidirectionnel :

- Des mécanismes de transfert sont mis en place pour croiser les résultats les plus pertinents testés sur le terrain des projets InCircle et EMbleMatiC pour concevoir les éco-itinéraires ;
- Les mécanismes de transfert sont d'autant plus facilités en appliquant l'expérience MED-Routes au processus de renforcement des capacités et au réseautage institutionnel.

Les plans d'action présentés dans ce document constituent l'un des trois livrables du projet, avec la « Stratégie transnationale pour le tourisme durable et les éco-itinéraires dans l'espace MED » et le « Label vert des IC méditerranéens pour la certification des éco-itinéraires ».

Les plans d'action ci-après décrivent les itinéraires culturels dont ils font l'objet. Ils présentent les approches utilisées pour analyser les principaux défis et besoins liés à la durabilité identifiés pour chaque itinéraire, ainsi que les buts, les objectifs spécifiques et leur public cible.

Les évaluations de durabilité menées sur l'ensemble des itinéraires culturels participants ont associé enquêtes, laboratoires participatifs, analyses territoriales et évaluations sur site afin d'intégrer les principes de l'économie circulaire dans le développement du tourisme culturel. L'itinéraire Destination Napoleon a recueilli des auto-évaluations au sein de son réseau et les a complétées par des données locales détaillées issues de la Route historique des Lignes de Torres, au Portugal, notamment au moyen d'un laboratoire multipartite et d'un questionnaire adressé à 150 parties prenantes pour orienter la conception des éco-itinéraires. La Route européenne de la céramique a identifié des défis structurels, organisé des webinaires et des ateliers sur le tourisme

durable, recensé de bonnes pratiques en matière de circularité, et mis en œuvre des initiatives éducatives et artistiques pour évaluer des modes de production à faible impact et développer des micro-itinéraires durables. La Route des Phéniciens a appliqué la nouvelle méthodologie Smart Ways, plaçant les communautés au cœur de la planification touristique grâce à une cartographie des parties prenantes, au renforcement des capacités, à la coopération et à des évaluations environnementales continues alignées sur les principes du tourisme régénératif. Les Routes de l'olivier ont intégré la durabilité par la mobilisation des parties prenantes, la recherche, des études environnementales, des actions de sensibilisation et des partenariats transnationaux, agissant comme un laboratoire vivant où le patrimoine culturel, le tourisme et les pratiques d'économie circulaire se renforcent mutuellement.

Les quatre itinéraires ont identifié des défis similaires, avec des niveaux variables de capacité et de réussite dans la manière de les traiter. La gestion des déchets apparaît comme une préoccupation majeure malgré le respect généralisé de la législation sur le tri sélectif et l'existence de certaines pratiques exemplaires. Il reste particulièrement difficile de réduire l'utilisation de ressources, telles que les plastiques à usage unique dans les activités touristiques. La mobilité et l'accessibilité comptent également parmi les principaux défis, qui incitent à promouvoir les modes de transport actifs et durables. La gestion de l'eau et de l'énergie apparaît comme une difficulté modérée, mais croissante : les itinéraires soulignent en effet la nécessité de former à l'utilisation durable de l'eau (en particulier dans les zones où les ressources sont limitées) ainsi que d'adopter plus largement des énergies renouvelables et des mesures d'efficacité énergétique dans les activités liées au tourisme. D'autres questions requièrent des progrès supplémentaires malgré leur importance reconnue, notamment la réduction de l'utilisation de substances dangereuses et la mise en place de canaux et de campagnes de communication efficaces. Des obstacles administratifs et des réglementations strictes freinent souvent la mise en œuvre d'infrastructures respectueuses de l'environnement, et certains Itinéraires relèvent des difficultés à instaurer une coopération entre les parties prenantes au niveau local. Même si les Itinéraires restent vigilants en matière de pratiques circulaires, en particulier concernant la protection du patrimoine local et la promotion des produits et des producteurs locaux, la plupart d'entre eux se considèrent comme performants dans ces domaines, même si la visibilité internationale reste un sujet de préoccupation. À cet égard, il convient de souligner que la certification en matière de durabilité demeure limitée, ce qui suggère l'intérêt potentiel d'introduire le Green Label MED-Routes.

Les buts des plans d'action sont axés sur la poursuite des investissements visant à améliorer la communication avec le public et les visiteurs, à protéger le patrimoine local et à promouvoir la consommation de produits locaux, tout en développant de nouveaux itinéraires durables de petite échelle appliquant les principes de l'économie circulaire afin d'avoir un impact positif sur les plans environnemental et économique. Ils visent à améliorer les stratégies de communication et à

veiller à ce que les éco-itinéraires du réseau mettent en œuvre le Green Label MED-Routes, tout en accompagnant les villes membres à développer des transports durables au sein des zones de patrimoine. Les plans encouragent également un renforcement des liens entre les visiteurs, les producteurs locaux et le patrimoine culturel, afin de consolider l'identité locale et soutenir les petites entreprises. Enfin, ils accordent la priorité au renforcement de la coopération au sein des destinations et entre elles, en vue de réduire la fragmentation, d'améliorer la planification concertée et d'assurer la cohérence des pratiques de durabilité sur l'ensemble du réseau.

Concernant leurs publics cibles, les quatre itinéraires identifient différents groupes, parmi lesquels les touristes/visiteurs apparaissent comme les bénéficiaires des actions à mettre en œuvre. À l'exception du plan d'action de la Route des Phéniciens, les opérateurs du secteur touristique sont également visés. Reconnaisant leur rôle dans la promotion des stratégies et des politiques intégrant une dimension de durabilité, les décideurs politiques sont aussi inclus dans le public cible de tous les plans d'action. Les communautés locales sont également considérées comme essentielles pour encourager les pratiques d'économie circulaire à l'échelle locale, sur leurs territoires respectifs. Toutefois, la Route de la céramique ne les inclut pas. À ce propos, les Routes de l'olivier et des Phéniciens incluent également les étudiants et les établissements d'enseignement parmi les bénéficiaires des actions à mener, en raison de l'importance des programmes de sensibilisation et d'autres campagnes de sensibilisation à l'environnement. Enfin, la candidature présentée par la Route européenne de la céramique souligne aussi le choix d'inclure les autres membres de cet itinéraire parmi ses publics cibles.

Les quatre plans d'action comprennent des indicateurs clés de performance (ICP) couvrant différents domaines : économique, social et environnemental. L'évaluation met l'accent sur le recours aux enquêtes et aux réunions, aux données de fréquentation en ligne, ainsi qu'au nombre de participants aux événements et de visiteurs des principaux lieux situés sur les itinéraires concernés. Pour la dimension environnementale, les plans d'action soulignent la nécessité d'utiliser des indicateurs concrets permettant d'évaluer les mesures liées à la réduction de la consommation d'électricité et d'eau, à la promotion des énergies renouvelables, ainsi qu'au suivi du pourcentage de déchets recyclés. S'agissant des activités en présentiel, les plans d'action insistent sur l'importance de mesurer la participation aux événements organisés par les différentes routes.

Chaque plan d'action présente également un calendrier de mise en œuvre, ainsi que des modalités spécifiques de suivi destinées à évaluer en continu la réussite des initiatives.

Le présent document est conforme aux exigences prévues pour la candidature du projet, en particulier au volet 4, « TRANSFERT DES ÉCO-ITINÉRAIRES DANS LES STRUCTURES

D'ÉLABORATION DES POLITIQUES », et plus précisément au volet 4.1, « Plans d'action MED-Routes », ainsi qu'aux exigences fixées pour le livrable 4.1.1.

La description de ce livrable précise explicitement qu'un plan d'action est élaboré par chaque itinéraire culturel participant au projet en tant que partenaire associé, en définissant les principales actions nécessaires pour intégrer la Stratégie interrégionale dans le programme de son Itinéraire culturel. Chaque plan d'action exprime ainsi sa vision propre de chaque IC sur la manière d'améliorer la circularité dans le secteur du tourisme en fonction de sa zone d'intervention et dans une approche transrégionale et transnationale.

## **Table des matières**

Synthèse.....	2
Plan d'action de Destination Napoleon .....	6
Plan d'action de la Route des Phéniciens .....	24
Plan d'action de la Route européenne de la céramique .....	40
Plan d'action des Routes de l'olivier .....	65



**MED-Routes**

**Interreg  
Euro-MED**



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*« Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED  
par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires  
culturels du Conseil de l'Europe »*

**Plan d'action MED-Routes**

**Destination Napoleon**



Fiche du projet	
Titre abrégé	MED-Routes
Titre complet	Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe
Priorité	Greener Med
Mission	Renforcer le tourisme durable
Objectif spécifique	RSO2.6 : Favoriser la transition vers une économie circulaire et efficace dans l'utilisation des ressources
Type de projet	Transfert (projet thématique)
Identifiant	Euro-MED0200798
Date de lancement	1 <sup>er</sup> janvier 2024
Durée	27 mois

## Table des matières

I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	11
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	11
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	12
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	21
II.2 PUBLIC CIBLE .....	25
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	26
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	27
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	32
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	32
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	34
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	39
II.2 PUBLIC CIBLE.....	43
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	44
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	45
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	51
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	51
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	52
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	69
II.2 PUBLIC CIBLE.....	73
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	75
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	75
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	81
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	81

I.3.	DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	82
<b>II.1</b>	BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE .....	86
<b>II.2</b>	PUBLIC CIBLE .....	95
<b>III.1</b>	CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE .....	98
<b>III.2</b>	STRATÉGIES DE SUIVI .....	98

## I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE

Indiquer le nom de l'itinéraire
<i>Destination Napoleon</i>

## I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL

Décrire le thème de l'itinéraire culturel, donner un aperçu de ses principaux parcours et identifier les pratiques, produits ou services culturels clés qui les définissent et soutiennent.

*Destination Napoleon est un Itinéraire culturel certifié par le Conseil de l'Europe, géré par la Fédération européenne des cités napoléoniennes (FECN). Cet itinéraire offre une occasion unique de réfléchir aux transformations (culturelles, urbaines, juridiques, administratives et sociales) qui ont façonné l'Europe moderne à travers le prisme de l'époque napoléonienne.*

*Plutôt que de fonctionner comme un simple parcours linéaire, Destination Napoleon est structuré en un réseau d'itinéraires thématiques et géographiquement diversifiés, chacun ancré dans des événements historiques spécifiques, des évolutions urbaines ou des lieux emblématiques liés à la présence ou à l'influence de Napoléon. Ces itinéraires permettent aux visiteurs de s'immerger dans l'histoire plurielle de l'Europe du XIX<sup>e</sup> siècle et de son impact culturel marquant.*

*Les principaux itinéraires et pratiques comprennent :*

- *Patrimoine et commémoration – Des villes comme Petrinja (Croatie) commémorent leur passé napoléonien par des gestes symboliques, comme la plantation de tilleuls clonés génétiquement à partir de spécimens datant de l'époque des Provinces illyriennes, liant ainsi la durabilité environnementale à la mémoire historique.*
- *Reconstitutions et éducation – Des sites comme Coudekerque-Branche (France) et Pontivy (France) organisent régulièrement des reconstitutions et des activités pédagogiques pour les enfants et les écoles, reconnectant les communautés locales à leur histoire napoléonienne de manière immersive et participative.*
- *Histoire militaire et interprétation des paysages – La Route historique des Lignes de Torres (Portugal) se distingue comme un important système défensif napoléonien construit pour protéger Lisbonne de l'invasion française. Cet itinéraire comprend des forts restaurés intégrés à un réseau interprétatif avec sentiers de randonnée, centres d'accueil des visiteurs et panneaux pédagogiques illustrant à la fois sa valeur stratégique militaire et le paysage naturel.*
- *Création culturelle et média – À Iéna (Allemagne), des expériences multimédias telles que « Napoléon et les étoiles de son temps » proposent des formes de*

*narration innovantes utilisant la technologie FullDome, tandis qu'à Torres Vedras (Portugal) des courts-métrages ont été réalisés pour mettre en lumière les principales fortifications liées à la « guerre péninsulaire ».*

- *Infrastructure touristique et promotion – En France, la FECN a élaboré une signalétique commune, des brochures et un passeport de l'itinéraire culturel afin de diffuser une image cohérente de celui-ci, tandis qu'en Espagne il est promu au moyen d'une application nationale dédiée aux Itinéraires culturels.*
- *Identité locale et événements – Du festival « Napoleonica » à Bard (Italie) à la « Journée napoléonienne » à Corte (France), en passant par la « Fête du mimosa » à Herceg Novi (Monténégro), les villes membres s'appuient sur des festivals et événements locaux pour mettre en valeur la résonance culturelle de l'époque napoléonienne, en mêlant souvent thématiques historiques et traditions contemporaines.*

*Ces pratiques sont soutenues par les services touristiques, les musées et les centres d'interprétation, qui contribuent tous à une expérience visiteur à plusieurs niveaux. L'itinéraire accorde la priorité à la valeur éducative, à la préservation culturelle et à l'engagement civique, offrant des occasions de réfléchir au patrimoine européen commun ainsi qu'à la complexité historique et aux questions d'identité.*

*Dans ce cadre plus large, la composante portugaise de « Destination Napoleon » est représentée par la Route historique des Lignes de Torres (RHLL), un parcours intermunicipal reliant huit municipalités situées entre le Tage et la côte atlantique. Ici, les éco-itinéraires visent à relier le patrimoine défensif napoléonien aux paysages naturels, aux activités de plein air, à la gastronomie locale et aux petites entreprises, constituant un laboratoire concret pour tester des pratiques de durabilité et d'économie circulaire au sein de l'itinéraire.*

### I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL

*Veuillez décrire brièvement comment l'itinéraire culturel en question a identifié les principaux défis et besoins concernant la mise en œuvre des principes de durabilité et d'économie circulaire dans ses pratiques (ex : ateliers avec les parties prenantes, enquêtes et questionnaires, études d'impact environnemental, évaluations sur site ou autres).*

*La Fédération européenne des cités napoléoniennes – Destination Napoleon a mené, en octobre 2025, une enquête auprès de ses membres afin d'identifier les pratiques actuelles en matière de durabilité, les mécanismes de soutien existants, les principaux obstacles ainsi que les besoins en renforcement des capacités. Au total, 14 réponses*

*(sur 42) ont été reçues de diverses parties prenantes, notamment des municipalités, des offices de tourisme et des institutions culturelles. Le questionnaire combinait des évaluations quantitatives et des contributions qualitatives. Les données recueillies représentent une auto-évaluation collective du réseau et ont servi à définir les défis prioritaires et les objectifs réalisables.*

*Outre le questionnaire mené auprès des membres de Destination Napoleon, deux processus d'évaluation complémentaires ont été réalisés le long de la Route historique des Lignes de Torres.*

*Le premier a pris la forme d'un laboratoire participatif organisé le 29 octobre 2024 à Vila Franca de Xira, réunissant 32 parties prenantes des huit municipalités de l'Itinéraire, dont des autorités locales, des opérateurs touristiques, des organismes de protection du patrimoine, des associations environnementales, des petites entreprises locales, des citoyens et des établissements d'enseignement. L'atelier a comporté une analyse SWOT structurée et un vote pour identifier les pratiques durables prioritaires pour l'Itinéraire.*

*La seconde évaluation consistait en un questionnaire sur la durabilité réalisé lors du développement des éco-itinéraires, couvrant 150 parties prenantes/sites historiques et utilisant 21 indicateurs liés à la mobilité, l'énergie, l'eau, aux déchets, aux produits locaux, à l'implication des communautés et la biodiversité.*

*Ces deux processus d'évaluation contribuent à approfondir les problématiques recensées par l'enquête sur l'Itinéraire culturel, en apportant des informations locales ainsi que des données mesurables relatives à la durabilité du territoire de la RHLT.*

#### ÉCO-ITINÉRAIRES MED-ROUTES DE LA ROUTE HISTORIQUE DES LIGNES DE TORRES

Pour la composante portugaise de Destination Napoleon – Route historique des Lignes de Torres (RHLT) – deux micro-itinéraires ont été élaborés. Ces parcours ont été conçus en fonction des caractéristiques du territoire et de ses parties prenantes, ainsi que des données recueillies lors de l'atelier d'octobre 2024.

#### **Micro-itinéraire 1 : *Fit and Green* — « Reste en forme là où l'histoire se met au vert »**

Le territoire couvert par la RHLT est varié et hétérogène. Ce micro-itinéraire vise à mettre en valeur cette diversité, en proposant au visiteur des paysages naturels contrastant avec les environnements urbains qui caractérisent les principales villes de la région. L'itinéraire a clairement été pensé pour combiner tourisme durable et promotion de la santé et du bien-être.

Ce parcours invite les participants à emprunter les sentiers autrefois empruntés par les soldats et les civils pendant les invasions napoléoniennes, les plongeant ainsi dans l'histoire locale. À cette fin, il comprend déjà un ensemble superbe de projets et d'activités qui viennent enrichir l'expérience. Nombre de ces initiatives sont liées au défi de parcourir certains sentiers, en offrant des expériences de plein air, telles que randonnée, course à pied et cyclisme. Elles permettent aux visiteurs de découvrir les sites patrimoniaux et naturels de la région tout en minimisant l'empreinte écologique liée aux transports motorisés. L'objectif est de créer une expérience qui sensibilise les

touristes à l'histoire locale tout en promouvant une culture de mobilité durable et de bien-être physique.

Les participants sont encouragés à respecter la biodiversité locale, à éviter le gaspillage et à soutenir les entreprises et organisations locales qui adoptent des pratiques respectueuses de l'environnement. En outre, l'itinéraire propose des expériences interactives qui sensibilisent les visiteurs à l'importance écologique des fortifications historiques et à la manière dont les paysages naturels ont été utilisés à des fins défensives, favorisant une meilleure compréhension de la relation entre conservation et patrimoine.

Cet itinéraire a été conçu pour un large public qui inclut différents profils socio-démographiques. Les activités et projets proposés comprennent des options plus exigeantes, comme le cyclisme et l'athlétisme, ou plus douces, telles que le yoga et la marche. L'objectif est de favoriser l'inclusion, en rendant l'itinéraire accessible à un large éventail de personnes – locales, nationales et internationales. Ce qui unit tous les participants, c'est l'engagement en faveur de modes de vie durables et la volonté de se connecter à la riche histoire et aux traditions de la région.

### **Micro-itinéraire 2 : Bistrot Spree — « L'ultime expérience pour les papilles »**

Le deuxième itinéraire repose sur l'idée que la culture et l'histoire locales vont bien au-delà des attractions touristiques habituelles, comme les monuments ou les points d'intérêt liés aux bâtiments ou aux sites historiques. Il met en lumière la richesse culturelle de la région en invitant les participants à plonger dans la gastronomie locale, pour vivre une expérience véritablement immersive.

Fondé sur un concept qui valorise la durabilité et l'économie circulaire, cet itinéraire comprend des projets et des activités qui dépassent la simple dégustation, habituellement associée à la gastronomie. Il invite également les participants à découvrir les processus sous-jacents à l'expérience : une compréhension plus profonde des pratiques et des traditions qui rendent la gastronomie locale si particulière. D'une part, l'itinéraire met l'accent sur une gastronomie locale durable. Il propose une approche sensorielle du patrimoine régional, où le touriste/visiteur est invité à découvrir les marchés traditionnels, les caves et les restaurants historiques, et à déguster des plats inspirés de l'époque des Lignes de Torres. Les ingrédients locaux et les pratiques de production durables sont privilégiés. D'autre part, les participants sont encouragés à participer à des projets et des activités de sensibilisation aux produits locaux et aux plats associés, en soulignant le rôle fondamental des circuits courts et le soutien à une production alimentaire locale et de saison.

Sur cet itinéraire, le territoire de la RHLT se révèle bien au-delà du patrimoine matériel qui caractérise le parcours précédent. La culture locale prend vie à travers la gastronomie, qui se mêle à l'histoire des invasions napoléoniennes, par exemple en faisant appel à des techniques de conservation des aliments datant de cette période. Ainsi, un large éventail de projets et d'activités mobilise la culture et l'histoire de la région, en articulant patrimoine matériel et immatériel. Par ailleurs, le patrimoine naturel est valorisé à la fois comme cadre pour les promenades et comme source de produits locaux, ce qui met en évidence son potentiel multifonctionnel.

Ce micro-itinéraire, qui combine gastronomie et histoire, offre une occasion unique d'explorer le patrimoine culturel et naturel de la région. En promouvant les pratiques d'économie circulaire et le tourisme durable, il est accessible à l'ensemble de la population, y compris aux touristes nationaux et internationaux.

Veillez identifier les principaux défis et besoins de votre Itinéraire culturel. Les catégories énumérées ci-dessous sont issues de la série initiale d'indicateurs établis par MED-Routes. Veuillez ne renseigner que les catégories applicables, dans le cas contraire, laissez la case vide.

<p>Gestion de la consommation d'eau</p>	<p>La consommation d'eau apparaît comme un souci modéré, comme l'indique l'enquête de la FECN : bien que certains acteurs déclarent avoir réduit leur utilisation, seuls quelques-uns adoptent des pratiques systématiques pour surveiller leur consommation. Les données du laboratoire participatif montrent en outre que les parties prenantes reconnaissent la nécessité d'améliorer l'efficacité hydrique dans les infrastructures touristiques et proposent des mesures telles que des systèmes de recirculation d'eau chaude, la récupération des eaux de pluie et la promotion de l'utilisation de bidons individuels pour l'eau. Néanmoins, le questionnaire sur les éco-itinéraires révèle que seul un petit nombre d'acteurs utilisent actuellement des systèmes de récupération des eaux de pluie ou des eaux grises. Conclusion : peu de mesures d'économie d'eau sont adoptées.</p> <p>Plus précisément, au cours de l'atelier, les actions suivantes ont été indiquées comme étant particulièrement difficiles à mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● installer des systèmes de recirculation d'eau chaude dans les hébergements touristiques ;</li> <li>● créer des citernes pour les systèmes d'irrigation ;</li> <li>● promouvoir l'utilisation de bidons individuels pour l'eau.</li> </ul>
<p>Gestion de la consommation électrique</p>	<p>Selon l'enquête de la FECN, la gestion de l'énergie est une priorité récurrente et un défi modéré : plusieurs parties prenantes ont déjà pris des initiatives pour réduire leur consommation énergétique, mais elles continuent de rencontrer des problèmes au niveau des orientations à prendre et du financement. Les discussions menées lors du laboratoire participatif ont renforcé ces besoins : les participants ont mis en exergue des possibilités d'amélioration de l'efficacité énergétique grâce à des</p>

	<p>éclairages LED et une meilleure isolation des bâtiments. Cependant, le questionnaire sur les éco-itinéraires indique que la plupart des acteurs n'ont pas mis en place de stratégies structurées efficaces : ils se limitent généralement à des améliorations minimales. L'ensemble des données souligne la nécessité de suivre des lignes directrices plus claires, de bénéficier de soutiens financiers et d'adopter des mesures énergétiques réellement performantes à plus large échelle.</p>
Gestion des déchets	<p>La gestion des déchets demeure un défi important. L'enquête de la FECN indique que la plupart des répondants se limitent encore à des pratiques de tri et de réduction minimales, tandis qu'il manque toujours des infrastructures adaptées et des consignes claires pour les visiteurs. Les discussions menées lors du laboratoire participatif ont mis en évidence un ensemble d'obstacles, notamment l'absence de points de collecte adéquats, une coordination insuffisante avec les entreprises de gestion des déchets, le manque d'options de compostage et la nécessité de campagnes de sensibilisation portant à la fois sur les pratiques de gestion des déchets et sur la préservation du patrimoine. Le questionnaire sur les éco-itinéraires montre par ailleurs que, bien que certaines entités commencent à encourager des pratiques circulaires (comme la valorisation de produits locaux issus de déchets), les systèmes de gestion des déchets structurés restent rares. L'ensemble de ces constats souligne la nécessité d'améliorer les infrastructures, de renforcer la coordination institutionnelle et de favoriser une adoption plus large d'approches systématiques de gestion des déchets.</p> <p>Plus précisément, au cours de l'atelier, les actions suivantes ont été indiquées comme étant particulièrement difficiles à mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● utiliser le fumier pour la fertilisation ;</li> <li>● utiliser les déchets biodégradables pour le compostage ou les redistribuer à la communauté (comme engrais ou pour le chauffage) ;</li> <li>● valoriser les produits locaux – économie circulaire ;</li> <li>● réduire l'utilisation de produits chimiques ;</li> <li>● améliorer la coordination avec les entreprises de collecte des déchets, y compris les déchets de construction (qui ont un impact négatif sur le paysage) ;</li> <li>● augmenter le nombre de points de collecte ;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● proposer un « kit du soldat » avec des objets du quotidien pour les visiteurs (gobelet, assiette et couverts) ;</li> <li>● réutiliser les huiles usagées ;</li> <li>● mettre en place des campagnes de sensibilisation à la gestion des déchets et à la préservation du patrimoine à destination de la population locale.</li> </ul>
<p>Consommation de produits locaux</p>	<p>La promotion des produits locaux ressort comme un domaine d'action fort. Selon l'enquête de la FECN, ces produits sont largement mis en valeur, même si des défis subsistent pour établir des partenariats structurés et garantir une meilleure visibilité. Le laboratoire participatif a confirmé la pertinence de ce thème, identifié comme la priorité au cours du vote, mettant en évidence un large consensus sur la nécessité de promouvoir les producteurs, les artisans et les marchés locaux. Le questionnaire sur les éco-itinéraires a confirmé cette force : un grand nombre d'acteurs s'approvisionnent déjà auprès de fournisseurs locaux ou collaborent avec eux. Tous ces éléments font apparaître une base solide sur laquelle renforcer davantage les chaînes de valeur locales et accroître la visibilité de la production locale.</p>
<p>Utilisation d'énergies propres</p>	<p>Les énergies renouvelables apparaissent comme un domaine d'action encore peu développé. L'enquête de la FECN montre qu'elles sont rarement mentionnées explicitement : seuls quelques acteurs mentionnent des exemples, tels que l'éclairage intelligent, ce qui suggère une mise en œuvre limitée sur l'ensemble du territoire. Lors du laboratoire participatif, les parties prenantes ont néanmoins identifié des opportunités pour développer des initiatives dans ce domaine, notamment par des partenariats potentiels pour installer des centrales photovoltaïques locales et des panneaux solaires. Par ailleurs, le questionnaire sur les éco-itinéraires indique que le nombre d'acteurs qui utilisent aujourd'hui des énergies renouvelables reste faible, avec une adoption limitée des technologies solaires thermiques ou photovoltaïques. Dans l'ensemble, ces résultats mettent en évidence un décalage important entre les opportunités reconnues et leur concrétisation, soulignant la nécessité d'élargir leur utilisation.</p> <p>Plus précisément, au cours de l'atelier, les actions suivantes ont été indiquées comme étant particulièrement difficiles à mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● installation de panneaux solaires ;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● installation de centrales photovoltaïques pour alimenter les bâtiments (partenariats) ;</li> <li>● amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments (éclairage LED et double vitrage).</li> </ul>
Obtention d'un label écologique ou du Green Label MED-Routes	<p>La certification en matière de durabilité reste un domaine où les progrès sont plutôt limités dans la région.</p> <p>L'enquête de la FECN montre que seules quelques parties prenantes bénéficient actuellement d'un label écologique, tandis que d'autres sont intéressées par l'obtention d'une certification ou font des démarches en ce sens, mais manquent cruellement de connaissances et font face à des obstacles administratifs. Lors du laboratoire participatif, il n'y a pas eu de mentions spécifiques relatives aux procédures de certification, ce qui suggère que le thème ne fait pas encore partie des priorités opérationnelles des acteurs. C'est ce que confirme le questionnaire sur l'éco-itinéraire : il indique que seul un petit nombre de parties prenantes possèdent des certifications en durabilité, ce qui reflète une faible adoption des labels écologiques. Ces résultats soulignent la nécessité de disposer d'orientations plus claires, de renforcer les capacités et de simplifier les procédures afin de favoriser une adoption plus large de la certification de durabilité.</p>
Éviter l'utilisation de substances ou de produits dangereux	<p>Les substances dangereuses ne ressortent pas vraiment dans les données recueillies. L'enquête de la FECN ne les mentionne pas explicitement, même si certaines actions (comme les efforts visant à réduire les plastiques à usage unique) y sont indirectement liées. Lors du laboratoire participatif, les participants ont souligné que la réduction de l'utilisation de produits chimiques est un domaine qui mérite davantage d'attention, surtout en ce qui concerne la gestion des déchets et la protection de l'environnement. Le questionnaire sur les éco-itinéraires n'apporte pas beaucoup plus de détails, car aucune donnée importante n'a été signalée. Dans l'ensemble, les pratiques relatives aux substances dangereuses semblent donc peu développées sur le territoire.</p>
Présenter ou fournir des informations sur notre éco-itinéraire au public et aux visiteurs	<p>La communication semble être un domaine clé à améliorer. Selon l'enquête de la FECN, la majorité des partenaires jugent essentiel de clarifier les messages et de rendre les pratiques durables plus visibles. Lors du laboratoire participatif, les parties prenantes ont souligné les faiblesses de la communication auprès du public et ont plaidé pour un plan de communication intégré sur la durabilité, classé parmi les mesures prioritaires. Le</p>

	<p>questionnaire sur les éco-itinéraires indique que, bien que de nombreux acteurs communiquent déjà de façon numérique, les informations relatives à la durabilité et aux itinéraires restent hétérogènes et gagneraient à être davantage standardisées. L'ensemble de ces éléments souligne l'importance d'efforts coordonnés pour renforcer la clarté, la portée et la cohérence de la communication liée à la durabilité.</p>
<p>Favoriser la coopération entre les divers agents publics et privés</p>	<p>La coordination et la collaboration sont identifiées comme des défis majeurs sur tout le territoire. L'enquête de la FECN montre que la plupart des parties prenantes appellent de leurs vœux une collaboration plus structurée et une communication conjointe. Ce constat a été renforcé lors du laboratoire participatif : les participants ont souligné la nécessité d'une meilleure coordination, de consultations régulières et de structures de gouvernance communes. Selon le questionnaire sur les éco-itinéraires, de nombreuses entités collaborent déjà avec des fournisseurs locaux ou des organisations environnementales. Toutefois, une coordination plus large entre acteurs publics et privés reste inégale. Dans l'ensemble, ces éléments mettent en évidence le besoin de mécanismes renforcés pour soutenir une collaboration systématique et une gestion partagée efficace.</p> <p>Plus précisément, au cours de l'atelier, les actions suivantes ont été indiquées comme étant particulièrement difficiles à mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● élaborer un plan de communication intégré pour l'image de marque locale, incluant des thèmes de sensibilisation du public à la durabilité de l'itinéraire ;</li> <li>● créer des partenariats pour coordonner la mise en œuvre de solutions durables ;</li> <li>● organiser des consultations publiques régulières à travers la tenue d'ateliers annuels ;</li> <li>● mettre en place des partenariats pour la collecte et la gestion des déchets ;</li> <li>● développer des partenariats avec des compagnies énergétiques pour utiliser des énergies vertes ;</li> <li>● former les guides touristiques à la faune et à la flore locales ;</li> <li>● promouvoir les produits locaux ;</li> <li>● promouvoir les artisans et les artistes locaux ;</li> <li>● créer un « kit du soldat » avec des produits de merchandising locaux.</li> </ul>

Protéger le patrimoine local	<p>La conservation du patrimoine apparaît comme un thème majeur dans toutes les réponses. L'enquête de la FECN montre que les gens comprennent bien son importance, souvent liée à la durabilité et à l'engagement de la communauté. Lors du laboratoire participatif, les participants ont évoqué plusieurs risques, notamment le peu d'intérêt du public pour ce domaine, les pressions du développement urbain et industriel, ainsi que les menaces liées au climat. Le questionnaire sur les éco-itinéraires montre que, même si plusieurs acteurs travaillent dans des paysages patrimoniaux, les mesures spécifiques pour protéger le patrimoine ne sont pas souvent mentionnées. Ces informations suggèrent qu'il faut mieux sensibiliser le public et prendre des mesures concrètes pour protéger le patrimoine du territoire.</p> <p>Plus précisément, au cours de l'atelier, les actions suivantes ont été indiquées comme étant particulièrement difficiles à mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● réduire les activités touristiques pendant les périodes saisonnières de risque climatique ;</li> <li>● promouvoir la reforestation avec des espèces indigènes ;</li> <li>● construire des partenariats en faveur d'un développement durable ;</li> <li>● mettre en œuvre un plan de communication intégré pour sensibiliser le public ;</li> <li>● encourager la plantation d'espèces végétales indigènes ;</li> <li>● organiser des visites guidées et des formations sur la faune et la flore locales ;</li> <li>● créer des circuits œnologiques ;</li> <li>● créer des circuits olfactifs.</li> </ul>
Promouvoir la mobilité durable	<p>La mobilité et l'accessibilité représentent un défi majeur. Selon l'enquête de la FECN, cette question est souvent mentionnée et liée au manque d'infrastructures et à la sensibilisation limitée des visiteurs. Pendant le laboratoire participatif, les parties prenantes ont souligné leurs préoccupations concernant les liaisons de transport public limitées entre les sites patrimoniaux, le besoin d'options de mobilité électrique, comme les bus et les vélos, et la nécessité de fournir de meilleures infos sur la mobilité. Le questionnaire sur les éco-itinéraires indique que, si la plupart des sites sont accessibles à pied ou à vélo, l'accès par les transports publics est nettement moins fréquent, ce qui révèle un déséquilibre dans les choix de mobilité disponibles. Ces constats</p>

	<p>soulignent la nécessité de développer des solutions de transport durable afin d'améliorer l'accessibilité sur tout le territoire.</p> <p>Plus précisément, au cours de l'atelier, les actions suivantes ont été indiquées comme étant particulièrement difficiles à mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● créer un bus électrique pour sillonner le fort ;</li> <li>● améliorer l'offre de transports publics (vers les principaux points d'intérêt) ;</li> <li>● fournir davantage d'informations sur les transports publics ;</li> <li>● internationaliser les visiteurs ;</li> <li>● mettre en place un service de location de vélos électriques.</li> </ul>
--	---

## II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Dans cette section, chaque partenaire doit sélectionner **trois défis prioritaires** parmi ceux énumérés à la section I.3 (défis liés à la durabilité et à l'économie circulaire).

Pour **chaque défi sélectionné**, définir **un objectif global** décrivant le résultat souhaité.

Chaque but doit être décomposé en au moins **deux objectifs spécifiques** à atteindre, qui correspondent à des mesures tangibles et réalisables.

Définir un but et des objectifs spécifiques visant à intégrer les principes de l'économie circulaire, selon la structure ci-dessous. Agrandissez le tableau à votre convenance.	
<b>Défi prioritaire sélectionné 1 (SPC1)</b>	Promouvoir la mobilité durable
Objectif global pour le SPC1	<p>Soutenir les villes membres dans la mise en place et la promotion de solutions de transport durable au sein de leurs zones de patrimoine culturel.</p> <p>Cet objectif montre aussi qu'il faut améliorer l'interconnexion entre les sites patrimoniaux et renforcer les alternatives de mobilité bas carbone là où les choix de transport classiques restent limités.</p>

Objectif spécifique 1A	Faciliter la promotion croisée des options d'accès durables (ex. : conseils pour un voyage écologique, liaisons régionales de transport) via les canaux de communication numériques et les ressources partagées de Destination Napoleon. Cette action aide les destinations à combler les lacunes actuelles dans les informations sur la mobilité destinées aux visiteurs, permettant ainsi aux voyageurs d'identifier plus facilement les options à faible impact.
Objectif spécifique 1B	Élaborer des directives communes et des kits d'inspiration pour des initiatives de mobilité douce adaptées au tourisme patrimonial (ex. : circuits pédestres, itinéraires cyclables, expériences de mobilité électrique).
<b>Défi prioritaire sélectionné 2 (SPC2)</b>	Protéger le patrimoine local
Objectif global pour le SPC2	Encourager les villes membres à mettre les visiteurs en lien avec les producteurs locaux et le patrimoine, élément essentiel pour renforcer l'identité locale, soutenir les petites entreprises et enrichir l'expérience des visiteurs.
Objectif spécifique 2A	Développer une collection commune de « trésors locaux » mettant en avant un produit ou un savoir-faire emblématique de chaque ville membre, afin de valoriser la production locale.
Objectif spécifique 2B	Reproduire les bonnes pratiques des membres de Destination Napoleon dans d'autres villes.
<b>Défi prioritaire sélectionné 3 (SPC3)</b>	Favoriser la coopération entre les parties prenantes publiques et privées
Objectif global pour le SPC3	Renforcer la collaboration au sein et entre les destinations membres afin de promouvoir des valeurs et des actions communes en matière de développement durable.  Une coopération renforcée est essentielle pour remédier à la fragmentation actuelle, renforcer la planification concertée et garantir des pratiques de durabilité cohérentes dans l'ensemble des destinations membres.
Objectif spécifique 3A	Promouvoir la reproduction et l'adaptation locale du modèle d'éco-itinéraire testé à Vila Franca de Xira dans les autres villes membres de Destination Napoleon.
Objectif spécifique 3B	Donner aux membres les moyens de renforcer leur collaboration grâce à des outils et des connaissances partagés, en facilitant l'accès au financement et la

	mise en œuvre d'initiatives communes en faveur du développement durable.
--	--

Objectif spécifique 1A	
Action à mettre en œuvre <b>(A1A)</b>	Développer une section dédiée sur le site web de Destination Napoleon qui mette en avant des conseils pour des voyages bas carbone et présente des destinations accessibles par des transports écologiques.
Période de mise en œuvre	T2 2026
Parties prenantes à inclure	Offices du tourisme de Destination Napoléon
Principal public cible de l'action	Touristes, défenseurs du tourisme durable
Objectif spécifique 1B	
Action à mettre en œuvre <b>(A1B)</b>	Créer un « kit d'inspiration mobilité douce » téléchargeable, comprenant des exemples de circuits pédestres/cyclables, des modèles de signalétique et des éléments visuels pour une adaptation locale.
Période de mise en œuvre	T2 2026
Parties prenantes à inclure	Des agents choisis de la Route historique des Lignes de Torres
Principal public cible de l'action	Offices du tourisme locaux, services municipaux, visiteurs de l'Itinéraire
Objectif spécifique 2A	
Action à mettre en œuvre <b>(A2A)</b>	Lancer un appel aux membres pour présenter un produit local ou un producteur recommandé (avec une brève description et une image). Compiler ces contributions dans une brochure numérique intitulée « Saveurs & Artisanat au fil de la Destination Napoleon », destinée à communiquer sur l'Itinéraire et à le promouvoir auprès des visiteurs.

Période de mise en œuvre	T1-T3 2026
Parties prenantes à inclure	Destination Napoleon, chambres de commerce, réseaux de producteurs locaux
Principal public cible de l'action	Offices du tourisme, visiteurs intéressés par la culture locale
<b>Objectif spécifique 2B</b>	
Action à mettre en œuvre <b>(A2B)</b>	Projet pilote avec les tilleuls clonés de Petrinja
Période de mise en œuvre	T4 2026
Parties prenantes à inclure	Collectivités locales
Principal public cible de l'action	Touristes, résidents, petites entreprises
<b>Objectif spécifique 3A</b>	
Action à mettre en œuvre <b>(A3A)</b>	Créer un « kit de démarrage pour éco-itinéraires » modulaire et structuré selon le modèle VFX, qui inclut des conseils pour la conception d'itinéraires, l'intégration de la durabilité, la signalétique et des outils de participation du public. Proposer d'accompagner 2 à 3 villes membres intéressées par l'élaboration de leur propre version.
Période de mise en œuvre	T2 2026
Parties prenantes à inclure	Villes membres intéressées, offices du tourisme locaux, Vila Franca de Xira
Principal public cible de l'action	Membres de Destination Napoléon
<b>Objectif spécifique 3B</b>	
Action à mettre en œuvre <b>(A3B)</b>	Créer un « radar de financement » trimestriel listant des appels à projets pertinents liés au développement durable, des conseils et des opportunités de recherche de partenaires.
Période de mise en œuvre	T1 2026
Parties prenantes à inclure	Route historique des Lignes de Torres et membres de Destination Napoleon

Principal public cible de l'action	Parties prenantes locales publiques et privées
------------------------------------	--

## II.2 PUBLIC CIBLE

Identifiez les principaux publics cibles des actions axées sur la durabilité de votre itinéraire culturel (ex. : les touristes, les communautés locales, les étudiants, les décideurs politiques) et décrivez comment l'itinéraire répond à leurs besoins et intérêts spécifiques. Veuillez remplir le tableau ci-dessous en précisant en quoi les actions mentionnées concernent chaque public.

Public cible	Besoins et réponses apportées
Touristes	Besoins : des expériences claires, attrayantes et à faible impact.  Réponses : des solutions de mobilité douce et des éco-itinéraires.
Communautés locales	Besoins : retombées économiques et fierté culturelle. Réponses : promouvoir les produits et les événements locaux.
Décideurs politiques	Besoins : un impact mesurable et reproductibilité. Réponses : des outils partagés, des rapports de suivi et des cas pilotes.
PME et producteurs	Besoins : être plus visibles et accéder à de nouveaux marchés.  Réponses : offrir des boîtes à outils, des cartes et des événements thématiques liés au marché.
Professionnels du tourisme	Besoins : du matériel pratique et une promotion coordonnée. Réponses : offrir des modèles et des boîtes à outils et organiser des événements communs.

### III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Diagramme de Gantt

	Mois 2026											
Action	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>A1A</b>				■	■	■						
<b>A1B</b>				■	■	■						
<b>A2A</b>		■	■	■	■	■	■	■	■			
<b>A2B</b>									■	■	■	■
<b>A3A</b>			■	■	■	■						
<b>A3B</b>		■		■					■		■	

## III.2 STRATÉGIES DE SUIVI

Action	Veuillez décrire les outils et les méthodes que votre Itinéraire culturel emploiera pour évaluer les progrès et l'impact des actions proposées en matière de durabilité et d'économie circulaire, tels que les indicateurs clés de performance (ICP), les évaluations périodiques, les retours d'information de la communauté ou les audits externes. (Agrandissez le tableau à votre convenance.)
<b>A1A</b>	<p><i>Section « Accès durable » sur le site web de Destination Napoleon</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Utiliser des outils d'analyse web de base (ex. : Google Analytics) pour suivre le nombre de visites, le taux de rebond et le temps passé sur la page.</i></li> <li>- <i>Facultatif : mener une brève enquête auprès des visiteurs de certains sites, pour leur demander comment ils ont découvert les options de transport.</i></li> </ul>
<b>A1B</b>	<p><i>Kit d'inspiration mobilité douce</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Suivre le nombre de téléchargements depuis le site de Destination Napoleon.</i></li> <li>- <i>Demander des rapports de suivi facultatifs ou des photos de la mise en œuvre locale après 12 mois.</i></li> </ul>
<b>A2A</b>	<p><i>Brochure « Saveurs &amp; Artisanat au fil de la Destination Napoleon »</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Compter le nombre de contributions reçues des membres.</i></li> <li>- <i>Suivre le nombre de téléchargements et de consultations de la brochure.</i></li> </ul>
<b>A2B</b>	<p><i>Reproduire les bonnes pratiques des membres de Destination Napoleon</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Suivre le nombre d'événements organisés et le nombre de villes participantes.</i></li> <li>- <i>Estimer le nombre de visites et la participation des producteurs.</i></li> <li>- <i>Recueillir les mesures de couverture dans les médias et sur les réseaux sociaux.</i></li> </ul>
<b>A3A</b>	<p><i>Kit de démarrage pour éco-itinéraires</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Nombre de villes ayant manifesté leur intérêt ou s'étant engagées dans l'adaptation.</i></li> <li>- <i>Nombre d'itinéraires adaptés, lancés ou en phase pilote.</i></li> <li>- <i>Statistiques de visibilité (trafic web, téléchargements, portée promotionnelle).</i></li> </ul>
<b>A3B</b>	<p><i>Infolettre « Radar de financement »</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Suivre les taux d'ouverture des courriels et les taux de clics.</i></li> <li>- <i>Tenir à jour la liste des appels à financement et le nombre d'opportunités partagées.</i></li> <li>- <i>Collecter les retours informels des membres sur son utilité (ex. : réponses par courriel, sondage dans l'infolettre).</i></li> </ul>



**MED-Routes**

**Interreg  
Euro-MED**



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*« Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED  
par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires  
culturels du Conseil de l'Europe »*

## Plan d'action MED-Routes

**La Route des Phéniciens – Itinéraire culturel  
du Conseil de l'Europe**



Fiche du projet	
Titre abrégé	MED-Routes
Titre complet	Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe
Priorité	Greener Med
Mission	Renforcer le tourisme durable
Objectif spécifique	RSO2.6 : Favoriser la transition vers une économie circulaire et efficace dans l'utilisation des ressources
Type de projet	Transfert (projet thématique)
Identifiant	Euro-MED0200798
Date de lancement	1 <sup>er</sup> janvier 2024
Durée	27 mois

## Table des matières

I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	11
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	11
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	12
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	21
II.2 PUBLIC CIBLE .....	25
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	26
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	27
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	32
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	32
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	34
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	39
II.2 PUBLIC CIBLE.....	43
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	44
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	45
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	51
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	51
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	52
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	69
II.2 PUBLIC CIBLE.....	73
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	75
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	75
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	81
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	81

I.3.	DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	82
<b>II.1</b>	BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE .....	86
<b>II.2</b>	PUBLIC CIBLE .....	95
<b>III.1</b>	CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE .....	98
<b>III.2</b>	STRATÉGIES DE SUIVI .....	98

## I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE

Indiquer le nom de l'itinéraire

Route des Phéniciens – Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe

## I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL

Décrire le thème de l'itinéraire culturel, donner un aperçu de ses principaux parcours et identifier les pratiques, produits ou services culturels clés qui les définissent et soutiennent.

La Route des Phéniciens est un réseau international inclus depuis 2003 dans le Programme des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe (le septième sur 45 actuellement, soit l'un des plus anciens). L'itinéraire culturel est géré par une Association à but non lucratif. Le thème principal de l'itinéraire est le dialogue interculturel en Méditerranée, en référence aux anciennes civilisations méditerranéennes qui de l'ère phénicienne à la période républicaine de Rome ont contribué à la création d'une « koinè », une « communauté » culturelle méditerranéenne, et à l'établissement des fondations de ce qui deviendrait plus tard la civilisation euro-méditerranéenne. L'itinéraire culturel « La Route des Phéniciens » est un vecteur de développement culturel, économique et social à l'échelle internationale, qui œuvre sur trois continents. Les membres de l'itinéraire sont des organismes institutionnels, territoriaux et thématiques, des universités, des centres de recherche et des écoles, des organisations à but non lucratif, des lieux culturels et des opérateurs privés de différents secteurs qui développent des stratégies communes au sein de 15 pays méditerranéens. C'est la raison pour laquelle il est organisé comme un pôle d'innovation qui travaille comme un laboratoire international permanent sur les questions relatives au renforcement culturel ainsi qu'aux nouvelles formes de tourisme et de développement local.

Des lieux géographiquement éloignés sont unis par un passé commun, pour le renforcement de l'ensemble des villes et des pays qui en font partie, de leur patrimoine archéologique, de leur paysage, de leur identité ainsi que de leurs productions de qualité. Un outil marketing territorial mais également une sélection de destinations et d'institutions d'excellence qui poursuivent des projets, programmes et stratégies communs.

La Route des Phéniciens favorise le développement d'activités innovantes, notamment en élaborant des modèles, des méthodologies et des outils spécifiques tels que Smart Ways et des centres d'interprétation du patrimoine, des éco-musées. Les actions de renforcement mises en place par la Route des Phéniciens de concert avec l'ensemble des villes et d'autres partenaires ainsi que par le biais de formes de tourisme responsable, lent, créatif, durable et communautaire produisent des effets économiques et culturels. L'action, en fait, part de la base. Il s'agit d'une approche ascendante qui aide territoires et opérateurs à améliorer leur proposition qui est alors promue à un niveau international.

La stratégie d'innovation de la Route des Phéniciens et une initiative relevant de l'intérêt de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), depuis 2016, se fondent sur les projets de développement intégré appelés Smart Ways.

« Smart Way » signifie qu'une « Voie » agit en tant que collecteur de patrimoines, de communautés et de services uniques, en renforçant une proposition territoriale de qualité, en améliorant les normes de service des sociétés et des territoires impliqués, en instaurant une coopération entre différentes parties de la chaîne d'approvisionnement, en promouvant des activités de service à concrétiser. Elle permet également d'identifier les ressources prometteuses en termes de tourisme durable dans les zones impliquées et de renforcer celles qui existent par le biais d'activités de réseautage et d'une chaîne touristique durable intégrée. Les principales parties prenantes à impliquer sont les opérateurs culturels et touristiques, les autorités locales, les écoles professionnelles, les associations, les jeunes, les communautés locales, les gestionnaires de sites culturels et les musées. L'objectif consiste à développer un circuit territorial visant à susciter une meilleure intégration entre le « territoire » et les « attractions », pas uniquement des éléments de « haute » culture mais également les valeurs paysagères, les valeurs de la communauté locale, les artisanats, le folklore, la gastronomie et le vin, l'atmosphère. Le développement du thème de la route est compris comme un itinéraire à suivre par étapes ayant ses propres caractéristiques originales, un nouveau mode définissant les voies structurées fondées sur le tourisme lent, durable, créatif, empirique, social, accessible et responsable. Un circuit entre différentes réalités visant à accroître les visites des sites et des zones moins fréquentés.

La Voie (Way) est qualifiée de « smart » parce qu'elle fera, en outre, appel aux méthodologies touristiques les plus innovantes. L'itinéraire peut être plus ou moins long (entre 100 et 400 km). Le concept ne repose pas sur la longueur mais sur la qualité de la proposition et les relations entre les différents opérateurs impliqués. Les zones principales profiteront du nouveau tourisme et des approches de développement fondées sur la créativité, l'interprétation du patrimoine, la participation des communautés locales et des parties prenantes.

L'approche Smart Ways est un outil pour le renforcement de la coopération territoriale et la cohésion par le biais du tourisme, et permet également aux destinations moins développées de diversifier leurs intérêts économiques. Smart Ways permet de développer de nouveaux produits fondés sur les communautés, en renforçant leur autonomie (grâce à des actions de renforcement des capacités et à la création de centres d'interprétation), tout en leur offrant une source économique complémentaire. Enfin, l'approche Smart Ways est fondée sur une méthodologie et non un modèle, ce qui permet une grande souplesse et d'en diffuser l'utilisation au-delà des zones pilotes.

### I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL

Veillez décrire brièvement comment l'itinéraire culturel en question a identifié les principaux défis et besoins concernant la mise en œuvre des principes de durabilité et d'économie circulaire dans ses pratiques (ex : ateliers avec les parties prenantes, enquêtes et questionnaires, études d'impact environnemental, évaluations sur site ou autres).

Le développement durable dans la planification du tourisme (et plus précisément dans la planification du tourisme culturel) implique d'adopter une approche de rétro-ingénierie. Au lieu de se fixer l'augmentation des flux touristiques comme point de départ, la planification du développement durable de toute forme de tourisme signifie privilégier les communautés locales en tant que principaux moteurs du développement futur, l'essence même de la méthodologie Smart Ways de la Route des Phéniciens. La participation publique dans le processus de planification de tout(e) projet ou activité touristique devrait constituer le point de départ de la diffusion des principes de l'économie circulaire mais aucune participation publique n'est possible sans l'autonomisation communautaire par le biais d'activités de renforcement des capacités.

Les Itinéraires culturels reposent sur la coopération entre les différents territoires et les différentes parties prenantes au sein de la même région ou zone. Développer de nouveaux produits pour un tourisme culturel autour d'un Itinéraire culturel signifie guider chaque partenaire du réseau dans le cadre de la construction de la chaîne de produits, ce qui implique l'adoption d'une approche et d'une méthodologie nouvelles (pour notre Itinéraire culturel, Smart Ways) en se fondant sur les éléments suivants :

- analyser l'état de l'art du tourisme et des ressources territoriales ainsi que leurs usages actuels, tout en évaluant l'impact socio-économique ;
- identifier les forces et les faiblesses du développement du tourisme actuel ;
- cartographier les parties prenantes locales concernées ;
- élaborer des occasions pour qu'elles les concrétisent et qu'elles acquièrent des connaissances communes axées sur les atouts principaux du projet de tourisme culturel (Renforcement des capacités) ;
- tirer profit des connaissances, des compétences et des ressources existantes (en laissant les parties prenantes les identifier) ;
- renforcer la coopération locale avant de passer à l'échelle transnationale ;
- utiliser les centres d'interprétation locaux à titre d'outil pour construire un capital culturel, et à titre d'espace public pour les communautés puis les visiteurs.

Des évaluations du caractère durable de ces actions au cours de toutes ces étapes sont également réalisées : des évaluations *in situ* et des études de l'impact environnemental sont menées en vue d'assurer un équilibre entre le développement du tourisme et la protection du paysage et des ressources naturelles. Cette démarche est due au fait que nous parlons aujourd'hui de tourisme régénératif, ce qui correspond selon l'OMT à une approche du tourisme qui vise à laisser les destinations dans une bien meilleure situation, en restaurant activement les écosystèmes et en valorisant les communautés locales, plutôt que de simplement minimiser les dégâts. Cela inclut des politiques qui appuient une restauration écologique, renforcent les chaînes d'approvisionnement locales et intègrent la circularité ainsi que des solutions financières innovantes en vue de renforcer la résilience.

Veillez identifier les principaux défis et besoins de votre Itinéraire culturel. Les catégories énumérées ci-dessous sont issues de la série initiale d'indicateurs établis par MED-Routes. Veillez ne renseigner que les catégories applicables, dans le cas contraire, laissez la case vide.

<p>Gestion de la consommation d'eau</p>	<p>Les activités d'un Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe n'incluent pas d'activités spécifiques pour le suivi et l'évaluation de la consommation d'eau.</p> <p>Nous pouvons bien sûr souligner le besoin de former les partenaires locaux et les parties prenantes aux pratiques de gestion durable de l'eau, notamment dans les zones ayant des ressources hydriques limitées.</p> <p>À ce titre, nous avons lancé une série d'activités destinées à la jeune génération dans le cadre de la Route des Phéniciens. Nous travaillons actuellement à la signature d'un accord avec le Réseau européen des Écoles bleues en vue de développer la littératie océanique et de promouvoir une société respectueuse des océans par le biais de l'éducation, de la collaboration et de l'action.</p> <p>Le Programme de littératie océanique de la Commission océanographique intergouvernementale de l'UNESCO (COI/UNESCO) vise la compréhension mondiale de l'influence de l'océan sur l'humanité et réciproquement. En sensibilisant aux questions relatives aux écosystèmes marins, aux pratiques durables et au rôle de l'océan dans le climat, la santé et les moyens d'existence, le Programme permet aux individus et aux sociétés de prendre des décisions éclairées en vue de protéger les ressources marines. Cette démarche vise à construire une société respectueuse des océans en mesure de préserver et d'utiliser la durabilité océanique pour les générations futures.</p>
---	---

Gestion de la consommation électrique	
Gestion des déchets	<p>Nous avons des destinations qui sont des modèles d'excellence en termes de recyclage et de gestion des déchets, aussi bien dans de petites communautés que dans de plus grandes destinations.</p> <p>Il est certainement toujours nécessaire d'instruire les visiteurs et les partenaires locaux au sujet des pratiques circulaires de gestion des déchets, y compris par le biais d'activités de sensibilisation destinées à la jeunesse.</p> <p>Dans le cadre de la Route des Phéniciens, nous collaborons, par exemple, avec Legambiente, l'association environnementale la plus renommée et implantée en Italie, dont la mission principale consiste à diriger l'économie vers de nouveaux modèles d'économie verte et circulaire.</p>
Consommation de produits locaux	<p>Les produits locaux sont fondamentaux pour le tourisme parce qu'ils renforcent l'identité d'un territoire, proposent une expérience plus authentique et véritable, et soutiennent l'économie locale. Les touristes sont de plus en plus à la recherche d'expériences associées à la gastronomie, au vin et aux traditions locales, sachant que la gastronomie et le vin constituent un véritable moteur derrière le voyage, qui dépasse la consommation d'un simple produit et inclut l'histoire et la culture d'un lieu.</p> <p>Dans le cadre de la Route des Phéniciens, nous nous sommes toujours engagés envers le besoin de créer des synergies locales avec les producteurs, et nous y croyons toujours fermement, mais surtout nous menons cette action à bien en collaborant avec d'autres Itinéraires culturels spécifiques sur ces thèmes tels qu'Iter Vitis, les chemins de la vigne, pour tout ce qui a trait au monde du vin, et les Routes de l'olivier pour le monde de l'huile.</p> <p>En parallèle de ces deux Itinéraires culturels, nous avons également créé des centres d'interprétation communs au sein de différentes destinations considérées comme au croisement de plusieurs thèmes.</p>
Utilisation d'énergies propres	
Obtention d'un label écologique ou du Green Label MED-Routes	<p>Nous estimons que, avant toute chose, il convient de se donner les moyens de :</p> <p>&gt; créer des normes de durabilité communes adaptées aux caractéristiques spécifiques des différents territoires</p>

	<p>impliqués chez les partenaires du projet des Itinéraires culturels ;</p> <p>&gt; soutenir techniquement et donner des conseils afin d'expliquer les procédures de certification :</p> <p>&gt; soutenir l'envoi des candidatures ;</p> <p>&gt; créer des outils d'évaluation et de certification communs.</p>
Éviter l'utilisation de substances ou de produits dangereux	
Présenter ou fournir des informations sur notre éco-itinéraire au public et aux visiteurs	<p>Besoin de développer de la documentation multilingue (imprimée et numérique) en vue de promouvoir les éco-itinéraires développés via tous nos canaux de communication.</p> <p>Possibilité de créer un label spécial ou un « éco-passeport » pour les visiteurs qui participent à des activités durables en parallèle des éco-itinéraires.</p>
Favoriser la coopération entre les divers agents publics et privés	<p>La promotion de la mobilisation entre les agents publics et privés implique l'établissement d'une communication claire par la création de plateformes inclusives pour le dialogue, et l'instauration de la confiance en jouant la carte de la transparence et par des objectifs partagés. Des stratégies efficaces comprennent la définition d'une vision commune en transmettant des commentaires, en utilisant plusieurs voies de communication et en établissant des réseaux permanents pour la transmission d'informations.</p>
Protéger le patrimoine local	<p>La protection du patrimoine local exige une approche multidimensionnelle qui comprend le renforcement d'aspects tangibles mais aussi intangibles tels que les paysages et la préservation des traditions. Il est essentiel de soutenir les administrations et les communautés locales en vue de les sensibiliser à la cause.</p> <p>Mobilisation de la communauté : sensibiliser le public et son appréciation du patrimoine est vital, y compris par le biais de l'éducation.</p> <p>Financement et soutien du projet : trouver des projets qui peuvent financer la conservation du savoir traditionnel et ramener des sites historiques à une utilisation productive en créant un avenir durable, y compris par le biais de nouvelles technologies.</p>

<p>Promouvoir la mobilité durable</p>	<p>Nous œuvrons, y compris dans d'autres projets, pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encourager la mobilité active : mettre au point et améliorer une infrastructure visant à favoriser la marche et le cyclisme telle que des pistes cyclables et des zones piétonnes et proposer des promotions aux personnes qui utilisent ces moyens de transport pour se rendre au travail.</li> <li>- Promouvoir des véhicules zéro-émission : encourager l'adoption de véhicules électriques et à hydrogène en élargissant une infrastructure de charge et en proposant des promotions pour leur achat et utilisation.</li> <li>- Encourager l'adoption de politiques intelligentes au sein de nos destinations : introduire des mesures portant sur la tarification du carbone en vue de rendre la pollution plus coûteuse ou permettant d'utiliser les données et l'intelligence artificielle afin de créer des systèmes de transport plus efficaces et intégrés.</li> <li>- Encourager un changement comportemental : utiliser la gestion de la mobilité et les campagnes de sensibilisation en vue d'inciter les populations à réfléchir à leurs habitudes de voyage et à choisir des options plus durables.</li> <li>- Soutenir la mobilité alternative et partagée : promouvoir des services tels que le covoiturage et le vélo en libre en service en vue, respectivement, d'accroître l'occupation des véhicules et de rendre les transports plus accessibles.</li> <li>- Créer des systèmes intégrés : relier différents modes de transport – nous concrétisons cette initiative par le biais de formes durables de mobilité nautique, liées à des systèmes durables basés à terre (cyclotourisme).</li> </ul>
---------------------------------------	---

## II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Dans cette section, chaque partenaire doit sélectionner **trois défis prioritaires** parmi ceux énumérés à la section I.3 (défis liés à la durabilité et à l'économie circulaire).

Pour **chaque défi sélectionné**, définir un **objectif global** décrivant le résultat souhaité.

Chaque but doit être décomposé en au moins **deux objectifs spécifiques** à atteindre, qui correspondent à des mesures tangibles et réalisables.

Définir un but et des objectifs spécifiques visant à intégrer les principes de l'économie circulaire, selon la structure ci-dessous. Agrandissez le tableau à votre convenance.	
<b>Défi prioritaire sélectionné 1 (SPC1)</b>	(nom du défi, tel qu'il figure à la section I.3)
Objectif global pour le SPC1	Montrer ou transmettre des informations concernant notre éco-itinéraire au public et aux visiteurs
Objectif spécifique 1A	Promouvoir et communiquer à propos de l'éco-itinéraire que nous avons mis au point à Chypre, en vue d'informer, de sensibiliser et d'impliquer activement, d'abord et avant tout, la communauté locale et les opérateurs locaux, puis les visiteurs.
Objectif spécifique 1B	Inclure cet éco-itinéraire dans la macro-stratégie Smart Ways de la Route des Phéniciens.  Organiser des événements et renforcer des capacités en vue de présenter les principes de l'économie circulaire en détail.  Obtenir un label écologique ou le Green Label MED-Routes.  Organiser des visites pédagogiques pour les voyageurs en vue de promouvoir l'éco-itinéraire.
<b>Défi prioritaire sélectionné 2 (SPC2)</b>	(nom du défi, tel qu'il figure à la section I.3)
Objectif global pour le SPC2	Protéger le patrimoine local
Objectif spécifique 2A	Promouvoir la protection et le renforcement du patrimoine culturel (tangibles et intangibles) et naturel lié aux thèmes fondateurs de l'itinéraire culturel,

	principalement les civilisations anciennes en Méditerranée.
Objectif spécifique 2B	<p>Sensibiliser sur la mise en œuvre et l'intégration des pratiques relatives à l'économie circulaire (recyclage des matériaux, durabilité des matériaux utilisés pour la restauration, utilisation des ressources naturelles, réduction des déchets, s'affranchir de l'utilisation du plastique, etc.).</p> <p>Développer des activités pédagogiques et de sensibilisation destinées aux jeunes et aux visiteurs concernant la valeur du patrimoine culturel, dans le but de transférer des connaissances entre les générations.</p> <p>Réaliser des activités de sensibilisation sur le patrimoine archéologique subaquatique et le patrimoine marin y afférent.</p>
<b>Défi prioritaire sélectionné 3 (SPC3)</b>	(nom du défi, tel qu'il figure à la section I.3)
Objectif global pour le SPC3	Consommation de produits locaux
Objectif spécifique 3A	<p>Promouvoir des chaînes d'approvisionnement courtes et renforcer les économies locales.</p> <p>Encourager les visiteurs à devenir des ambassadeurs des valeurs écologiques, en transmettant le message chez eux.</p> <p>Promouvoir le tourisme gastronomique et œnologique, lié au tourisme culturel, à titre d'outil qui respecte parfaitement le Pacte vert ou « Green Deal » européen et les Objectifs de développement durable des Nations unies.</p>
Objectif spécifique 3B	<p>Bâtir des réseaux collaboratifs entre les régions et les pays, entre les agriculteurs, les artisans, les commerces traditionnels et les entreprises du secteur de l'hôtellerie.</p> <p>Créer des centres d'interprétation partagés avec d'autres Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe en vue de traiter ces questions (ex. : l'iter Vitis, les Routes de l'olivier et la Route européenne de la céramique).</p>

Objectif spécifique 1A (Agrandissez le tableau à votre convenance.)	
Action à mettre en œuvre <b>(A1A)</b>	Créer une plateforme numérique Smart Ways de la Route des Phéniciens avec une carte interactive dans laquelle inclure l'éco-itinéraire élaboré à Chypre.
Période de mise en œuvre	Phase de préparation et de conception du projet : janvier-juin 2026 Développement : juillet-décembre 2026 Lancement et mises à jour régulières : à partir de 2027
Parties prenantes à inclure	Tous les membres de la Route des Phéniciens (régions, communes, musées/sites archéologiques, chambres de commerce, associations culturelles, fondations, parties prenantes du secteur touristique, etc.) – collecte de données et collaboration.
Principal public cible de l'action	Communautés locales Visiteurs et voyageurs Établissements d'enseignement (écoles et universités) Parties prenantes des secteurs touristique et culturel
Objectif spécifique 1B	
Action à mettre en œuvre <b>(A1B)</b>	
Période de mise en œuvre	
Parties prenantes à inclure	
Principal public cible de l'action	
Objectif spécifique 2A	
Action à mettre en œuvre <b>(A2A)</b>	Campagne de communication et de sensibilisation
Période de mise en œuvre	Préparation : février 2026 Développement : février-décembre 2026
Parties prenantes à inclure	Tous les membres de la Route des Phéniciens (régions, communes, musées/sites archéologiques, chambres de commerce, associations culturelles, fondations, parties

	<p>prenantes du secteur touristique, etc.).</p> <p>Travailleurs dans le domaine de la communication</p> <p>Parties prenantes du secteur de la presse</p>
Principal public cible de l'action	<p>Communautés locales</p> <p>Jeunes</p> <p>Établissements d'enseignement (écoles et universités)</p> <p>Visiteurs et voyageurs</p> <p>Autorités publiques</p> <p>Parties prenantes des secteurs touristique et culturel</p>
<b>Objectif spécifique 2B</b>	
Action à mettre en œuvre <b>(A2B)</b>	
Période de mise en œuvre	
Parties prenantes à inclure	
Principal public cible de l'action	
<b>Objectif spécifique 3A</b>	
Action à mettre en œuvre <b>(A3A)</b>	<p>Créer des centres d'interprétation partagés avec d'autres Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe</p>
Période de mise en œuvre	<p>Phase de préparation et de conception du projet : mai-septembre 2026</p> <p>Développement : octobre 2026-décembre 2027</p> <p>Lancement et mises à jour régulières : à partir de décembre 2027</p>
Parties prenantes à inclure	<p>D'autres Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe</p> <p>Membres de la Route des Phéniciens (communes, musées/sites archéologiques, fondations, associations culturelles, parties prenantes du secteur touristiques, etc.).</p>
Principal public cible de l'action	<p>Communautés locales</p> <p>Jeunes</p> <p>Établissements d'enseignement (écoles et universités)</p>

	Visiteurs et voyageurs Autorités publiques Parties prenantes des secteurs touristique et culturel
Objectif spécifique 3B	
Action à mettre en œuvre <b>(A3B)</b>	
Période de mise en œuvre	
Parties prenantes à inclure	
Principal public cible de l'action	

## II.2 PUBLIC CIBLE

Identifiez les principaux publics cibles des actions axées sur la durabilité de votre itinéraire culturel (ex. : les touristes, les communautés locales, les étudiants, les décideurs politiques) et décrivez comment l'itinéraire répond à leurs besoins et intérêts spécifiques. Veuillez remplir le tableau ci-dessous en précisant en quoi les actions mentionnées concernent chaque public.

--

Public cible	Besoins et réponses apportées
Communautés locales	Actions de sensibilisation et de promotion ; accompagnement des acteurs locaux dans la valorisation culturelle et touristique.
Décideurs politiques	Conseil économique, social et touristique pour le territoire, à travers des actions de renforcement des capacités et des initiatives au sujet d'une image de marque locale, avec un accent particulier sur les principes de l'économie circulaire.
Étudiants / Établissements d'enseignement	Possibilités de suivre une formation dans l'apprentissage culturel et environnemental. Développement des compétences et de la compréhension des pratiques durables. Par le biais d'ateliers de formation, de visites de sites archéologiques et naturels/musées,

	de programmes de sensibilisation sur l'économie circulaire et le développement durable, de la mise au point d'outils numériques et de contenus utilisables en classe.
Touristes	Améliorer les services et expériences du visiteur à l'aide d'une approche durable, régénérative, empirique et créative. Cet objectif est atteint en créant une offre de qualité homogène sur l'ensemble de nos destinations et en accompagnant les voyageurs dans la conception de voyages de qualité. Les voyageurs se voient également proposer des moments de sensibilisation et de rencontres au cours de leurs voyages.

### III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Diagramme de Gantt

	Mois (Agrandissez le diagramme de Gantt à votre convenance)											
Action	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	...
<b>A1A</b>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A1B</b>												
<b>A2A</b>		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A2B</b>												
<b>A3A</b>					■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A3B</b>												
...												

## III.2 STRATÉGIES DE SUIVI

Action	Veuillez décrire les outils et les méthodes que votre Itinéraire culturel emploiera pour évaluer les progrès et l'impact des actions proposées en matière de durabilité et d'économie circulaire, tels que les indicateurs clés de performance (ICP), les évaluations périodiques, les retours d'information de la communauté ou les audits externes. (Agrandissez le tableau à votre convenance.)
<b>A1A</b>	<p><b>Indicateurs clés de performance (ICP)</b></p> <p>Indicateurs sociaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- consultations de la plateforme numérique et niveaux d'engagement ;</li> <li>- participation des parties prenantes locales aux activités préparatoires ;</li> <li>- participation des membres de la Route des Phéniciens à la collecte de données.</li> </ul> <p>Indicateurs économiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nombre de visiteurs de Smart Ways ;</li> <li>- création de nouveaux partenariats entre les parties prenantes et les entreprises culturelles/touristiques.</li> </ul> <p>Indicateurs culturels :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nombre de sites culturels/naturels enregistrés et numérisés.</li> </ul> <p>Collaboration avec les centres de recherche pour mener des études d'impact environnemental, social et économique.</p>
<b>A1B</b>	
<b>A2A</b>	<p><b>Indicateurs clés de performance (ICP)</b></p> <p>Indicateurs environnementaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- réduction de la consommation d'eau et d'électricité au cours des événements ;</li> <li>- pourcentage de déchets recyclés ;</li> <li>- utilisation des sources d'énergie renouvelable.</li> </ul> <p>Indicateurs sociaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nombre de participants aux événements ;</li> <li>- consultations de la plateforme numérique et niveaux d'engagement ;</li> <li>- commentaires de la communauté (questionnaires et enquêtes en ligne ciblant des visiteurs, communautés locales et PME) ;</li> <li>- suivre les commentaires et l'engagement sur réseau social en tant qu'indicateurs d'intérêt et d'impact.</li> </ul>
<b>A2B</b>	
<b>A3A</b>	<p><b>Indicateurs clés de performance (ICP)</b></p> <p>Indicateurs sociaux :</p>

	<p>- participation des parties prenantes locales et PME aux activités préparatoires.</p> <p>Indicateurs économiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nombre de visiteurs dans les centres d'interprétation ;</li> <li>- création de nouveaux partenariats entre les parties prenantes et les entreprises culturelles/touristiques.</li> </ul> <p>Indicateurs environnementaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- réduction de la consommation d'eau et d'électricité dans les centres d'interprétation ;</li> <li>- pourcentage de déchets recyclés ;</li> <li>- utilisation des sources d'énergie renouvelable.</li> </ul>
<b>A3B</b>	



**MED-Routes**

**Interreg  
Euro-MED**



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*« Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED  
par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires  
culturels du Conseil de l'Europe »*

## Plan d'action MED-Routes

### La Route européenne de la céramique



Fiche du projet	
Titre abrégé	MED-Routes
Titre complet	Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe
Priorité	Greener Med
Mission	Renforcer le tourisme durable
Objectif spécifique	RSO2.6 : Favoriser la transition vers une économie circulaire et efficace dans l'utilisation des ressources
Type de projet	Transfert (projet thématique)
Identifiant	Euro-MED0200798
Date de lancement	1 <sup>er</sup> janvier 2024
Durée	27 mois

## Table des matières

I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	11
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	11
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	12
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	21
II.2 PUBLIC CIBLE .....	25
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	26
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	27
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	32
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	32
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	34
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	39
II.2 PUBLIC CIBLE.....	43
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	44
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	45
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	51
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	51
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	52
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	69
II.2 PUBLIC CIBLE.....	73
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	75
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	75
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	81
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	81

I.3.	DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	82
<b>II.1</b>	BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE .....	86
<b>II.2</b>	PUBLIC CIBLE.....	95
<b>III.1</b>	CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE .....	98
<b>III.2</b>	STRATÉGIES DE SUIVI .....	98

## I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE

Indiquer le nom de l'itinéraire

Route européenne de la céramique

## I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL

Décrire le thème de l'itinéraire culturel, donner un aperçu de ses principaux parcours et identifier les pratiques, produits ou services culturels clés qui les définissent et soutiennent.

La Route européenne de la céramique a reçu en 2012 la certification d'itinéraire culturel du Conseil de l'Europe et elle a pour vocation de mettre en valeur et de promouvoir le patrimoine culturel matériel et immatériel associé à la céramique.

Cet itinéraire constitue un réseau solidement bâti autour de la thématique et de l'univers de la céramique et il permet d'appuyer la production de céramique et ses traditions comme autant d'outils au service du développement économique, culturel et social des communautés concernées en Europe.

À l'origine, l'idée de créer une Route européenne de la céramique remonte à 2008, dans le cadre d'un projet européen prévoyant la cartographie et la promotion des villes européennes de la céramique. Au terme du projet, les participants décidèrent de donner à cette expérience la possibilité de s'élargir et de se développer, intégrant de nouveaux membres et donnant naissance au sein du Conseil de l'Europe à un réseau européen consacré à la céramique. L'itinéraire a été officiellement certifié en 2012, et, depuis lors, le réseau a œuvré à l'intensification de ses activités et mené une série d'actions clés, lesquelles ont permis son extension ainsi que la mise en place de différents projets et événements annuels.

La Route européenne de la céramique a pour but de créer une offre touristique durable et compétitive, fondée non seulement sur les productions de l'art de la céramique, les collections de biens culturels, les ateliers et les musées mais aussi sur l'ensemble du développement culturel et social lié au monde de la céramique au cours du temps.

Pour atteindre ces objectifs, l'itinéraire favorise la coopération entre les membres et met en place des projets d'envergure européenne qui se concentrent sur des priorités clés : le développement local, le tourisme durable en lien avec le patrimoine de l'art de la céramique ainsi que la numérisation des biens culturels et la promotion des diverses cultures de la céramique en Europe.

À travers ses activités, la Route européenne de la céramique recherche la promotion de la diversité européenne dans le champ de la céramique mais aussi le soutien des environnements locaux : tout au long de l'itinéraire, les visiteurs ont l'occasion de faire l'expérience des traditions culturelles des habitants, avec un accent particulier porté sur les artistes et les artisans de la céramique, que ce soit par la visite de l'atelier de ces derniers, ou bien grâce à la visite de musées abritant des collections permanentes ou accueillant des expositions temporaires de céramiques traditionnelles ou

contemporaines, ou bien encore en profitant de la présence d'artistes en résidence ou de foires et marchés

La Route européenne de la céramique compte actuellement 28 membres, représentant 17 pays. Les membres fondateurs comprennent les municipalités de Faenza (Italie), Limoges (France) et Höhr Grenzhausen (Allemagne) et le musée Porzellanikon (Allemagne). Depuis que Faenza a pris la responsabilité du développement de l'itinéraire, les membres suivants ont rejoint le projet (mentionnés par ordre d'adhésion) : Aveiro (Portugal), la fondation Iznik (Turquie), Bolesławiec (Pologne), Castellò de la Plana (Espagne), Gmunden (Autriche), Manises (Espagne), Talavera de la Reina (Espagne), l'Agence nationale pour le tourisme/Sheki (Azerbaïdjan), le musée du Telemark (Norvège), le musée national d'art populaire des Houtsoules et de Pocoutie « Josephat Kobrynskyi » (Ukraine), Kossiv (Ukraine), Modra (Slovaquie), Petrinja (Croatia), Deruta (Italie), Avanos (Turquie), la Malta Crafts Foundation (Malte), le musée de la céramique Princessehof, à Leeuwarden (Pays-Bas), Onda (Espagne), Sifnos (Grèce), la société de développement éducatif Ploigos, en Crète (Grèce), le Centre pour l'étude de la céramique moderne - Fondation de la famille G. Psaropoulos à Athènes (Grèce), Kütahya (Turquie), Aubagne (France), Çanakkale (Turquie) et l'Espace muséal d'Andenne (Belgique).

### I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL

Veuillez décrire brièvement comment l'itinéraire culturel en question a identifié les principaux défis et besoins concernant la mise en œuvre des principes de durabilité et d'économie circulaire dans ses pratiques (ex : ateliers avec les parties prenantes, enquêtes et questionnaires, études d'impact environnemental, évaluations sur site ou autres).

La Route européenne de la céramique (ERC de son sigle en anglais – European Route of Ceramics) a déterminé les principaux défis et besoins concernant la mise en œuvre des principes de développement durable et d'économie circulaire à travers plusieurs approches combinées : pratiques participatives, analyses et projets collaboratifs intégrant les entités partenaires et les parties prenantes locales.

En premier lieu, l'ERC a, au terme de consultations internes et d'enquêtes à travers les territoires concernés, identifié divers défis structurels et conjoncturels ; ceux-ci comprennent la distance géographique séparant les divers membres et le caractère limité de la mobilité durable que ce soit entre ou au sein des territoires en question. Ces

conclusions ont été analysées au gré d'échanges avec les municipalités, les musées, les associations et les acteurs du tourisme, ce qui a mis en lumière le besoin de davantage de connexions urbaines et extra-urbaines qui soient de caractère durable.

Pour répondre à ces défis, l'ERC a, en 2020, organisé une **série de webinaires et d'ateliers thématiques** portant sur le tourisme culturel durable, en incluant divers membres, entités locales et étudiants des filières Tourisme ou Études du patrimoine culturel. Ces sessions présentaient des études de cas et offraient des outils stratégiques pour créer davantage d'offres en termes de tourisme durable, mettant l'accent sur le rôle des technologies numériques comme autant d'outils inclusifs permettant la promotion des territoires et des expériences de caractère durable.

Par ailleurs, l'ERC a lancé une **campagne d'études et de collecte de données sur les bonnes pratiques en économie circulaire** mises en place par les acteurs locaux dans le domaine de la culture et du tourisme ainsi que par les administrations des municipalités concernées. Ces évaluations ont pour but d'identifier et de mutualiser des approches respectueuses de l'environnement (comme la réduction des déchets, le recyclage et le réemploi des matériaux) au sein de la production et des pratiques artistiques liées à la céramique.

La Route promeut également **les évaluations ainsi que les projets collaboratifs à vocation éducative, *in situ***, telles que les résidences d'artistes organisées autour du réemploi des argiles existant dans la nature pour limiter l'impact sur l'environnement. Les activités de ce type contribuent à l'évaluation du caractère durable des processus de production et de l'utilisation des matériaux tels qu'ils sont pratiqués localement.

Enfin, en participant en tant que membre associé au **projet MED-Routes**, co-financé par le programme Interreg-Euro Med, la Route européenne de la céramique contribue à la création et à la mise à l'épreuve de modèles de tourisme fondé sur une base locale et à faible impact environnemental par la mise en place de micro-itinéraires, réaffirmant davantage l'objectif de sa stratégie : intégrer la durabilité et les principes de l'économie circulaire dans le cadre des pratiques au sein de son réseau.

### **LES ÉCO-ITINÉRAIRES MED-ROUTES**

Au sein de l'ERC, deux éco-itinéraires ont été créés : l'un, sur le territoire de la municipalité de Faenza, en Italie (en tant que membre de la communauté de communes Romagna Faentina, ou URF) et l'autre, à Castellón de la Plana, en Espagne, ces deux membres de la Route européenne de la céramique étant ainsi également participants du projet MED-Routes.

#### **L'éco-itinéraire Romagna Faentina**

Évidemment guidé par l'objectif d'accroître le caractère durable de l'ERC, l'éco-itinéraire qui a été développé dans la région Romagna Faentina est fondé sur un modèle novateur de tourisme régénératif, conçu pour renforcer le lien entre patrimoine culturel, nature et communautés locales, dans un souci de durabilité.

Afin de déterminer quels sont les principaux défis et besoins liés à la mise en application de principes de développement durable et d'économie circulaire, un **processus participatif** a été mis en place, lequel inclut les opérateurs touristiques locaux. Par le biais de divers **ateliers, débats et questionnaires**, les opérateurs en

question ont été amenés à exprimer leur point de vue sur les obstacles rencontrés et les opportunités qui s'offraient à eux en rapport avec le développement d'une offre touristique à la durabilité accrue.

Cette consultation a révélé plusieurs défis clés : le manque d'unité des acteurs locaux en termes de stratégie, le caractère limité des infrastructures susceptibles de soutenir les pratiques durables et un certain degré de résistance au changement. Les débats ont également mis en lumière la nécessité de susciter une prise de conscience chez les opérateurs en ce qui concerne l'investissement dans le tourisme durable en tant qu'investissement à long terme pour l'avenir de tout le secteur.

Une analyse approfondie **des enquêtes et des questionnaires d'auto-évaluation** a permis à l'ERC de mesurer le niveau de durabilité des opérateurs, notamment sur les questions de gestion de l'eau, de la mobilité, de l'énergie et de déchets. Les acteurs aux approches les plus durables ont ensuite été choisis pour participer à l'éco-itinéraire.

L'itinéraire qui en a résulté comprend une **liste des entreprises et des points d'intérêt** susceptibles d'offrir au visiteur une expérience authentique dans le respect des principes du développement durable. Ont été identifiées et indiquées les localisations précises où peuvent se rencontrer des pratiques en phase avec la durabilité environnementale et la circularité économique, tels que l'agritourisme fournissant un accueil « de la ferme à la table », des producteurs de vin proposant des dégustations à caractère durable et la vente directe de produits locaux, ou des ateliers de céramique, à Faenza, où sont préservées, grâce à des méthodes responsables, les traditions artisanales.

Conscient du défi actuel en ce qui concerne la mobilité durable, l'itinéraire promeut des moyens de transport à faible impact environnemental présentés dans une **cartographie numérique** où sont mis en valeur les parcours cyclables, les gares ferroviaires, les locations de vélos et les possibilités de connexion entre divers moyens de transport public, invitant le visiteur à explorer le territoire de façon responsable.

L'itinéraire a une structure en « pétales de marguerite », établie autour d'une route principale avec trois sous-axes thématiques. Cette structure offre la possibilité de découvrir en profondeur les paysages, les villages, le savoir local ainsi que les habitants. Elle offre une expérience immersive et authentique qui reflète l'équilibre entre la présence de l'homme et la nature.

Le lien avec la **Route européenne de la céramique** confère à l'itinéraire une dimension à la fois symbolique et internationale. Faenza (un centre mondialement reconnu de l'art de la céramique) y est le point de départ d'un récit où s'entrelacent l'art, les matériaux, le paysage et la mémoire, traçant un chemin qui unit divers endroits de l'Europe en une connaissance partagée.

### **L'éco-itinéraire Castellón de la Plana**

L'**éco-itinéraire Castellón de la Plana** a été conçu en tant qu'initiative pilote ayant pour but d'intégrer de façon efficace les principes de développement durable et d'économie circulaire au sein d'un territoire fermement enraciné dans la tradition de la céramique, que ce soit dans sa dimension industrielle ou artisanale. Castellón est l'un des plus importants centres de production de céramique en Europe : c'est un lieu où

l'innovation technologique, la création artistique, la recherche scientifique et la tradition artisanale convergent autour d'un seul matériau, qui a façonné l'identité, l'économie et le paysage culturel de la région. C'est ce contexte qui fait de la ville un emplacement exceptionnel pour mettre à l'essai de nouvelles formes de tourisme durable fondées sur la mise en valeur du patrimoine matériel et immatériel, l'engagement actif des parties prenantes locales et l'interconnexion entre culture, industrie, gastronomie et environnement.

La conception de l'éco-itinéraire est le fruit d'une **approche participative et transversale** ayant inclus les acteurs clés de l'écosystème local dans un dialogue ouvert et constructif. Par des ateliers participatifs, des réunions thématiques et des enquêtes, l'opinion et les propositions des **entrepreneurs, artisans, chercheurs, représentants des administrations locales, résidents et visiteurs potentiels** ont été recueillies. Ce processus a permis de définir une vision commune du territoire et de déterminer à la fois les problèmes et les atouts existant dans le cadre du développement d'un modèle de tourisme durable fondé sur l'identité, spécifiquement liée à la céramique, de Castellón.

Les pouvoirs publics, sous la direction du Conseil de la ville de Castellón de la Plana, ont joué un rôle crucial dans la coordination des institutions concernées ainsi que dans l'identification des ressources les plus significatives en termes de patrimoine du territoire, assurant une approche cohérente avec les stratégies locales de durabilité, l'écomobilité et la transition énergétique. De façon parallèle, **le secteur des entreprises et les divers pôles associés à la céramique**, représentés par des organisations comme l'Institut de la technologie céramique (ITC), a offert sa compétence technique pour ce qui est de l'innovation, de l'efficacité énergétique et de la gestion durable des ressources, démontrant que les principes d'économie circulaire peuvent être appliqués à la production industrielle. Leur participation a permis de mettre en lumière les dimensions les plus contemporaines et les plus créatives du secteur, qui ont fait de l'industrie céramique **un atout de haute valeur culturelle et touristique**, capable d'attirer les visiteurs intéressés par les procédés, la technologie et l'esthétique qui définissent l'excellence de la céramique propre à Castellón.

La **communauté universitaire** a elle aussi joué un rôle décisif. L'**université Jaume I (UJI)**, par le biais de ses groupes de recherche autour du développement durable, du tourisme et de la gestion culturelle, a fourni des analyses de données, des outils de diagnostic et la diffusion générale de connaissances scientifiques. Cette collaboration a renforcé le lien entre la recherche appliquée et le développement local, favorisant la formation des étudiants et des professionnels dans le domaine des pratiques durables ainsi que la transmission des connaissances aux entreprises et aux ateliers artisanaux.

Les **artisans céramistes** ont également occupé une place centrale dans le processus, en tant que détenteurs d'un savoir-faire ancestral et passeurs essentiels de l'identité culturelle du territoire. À travers des entretiens, des réunions collaboratives et des démonstrations publiques, ils ont donné leur point de vue sur la nécessité d'adapter les techniques artisanales traditionnelles aux défis contemporains, en intégrant des matériaux recyclés, des procédés à faible impact environnemental et de nouvelles formes d'expression créative. Leur participation confère à l'éco-itinéraire une

dimension nettement humaine et sensorielle, permettant au visiteur d'observer, d'apprendre et de participer activement au processus de création de la céramique.

Le processus de consultation et d'étude a permis de déterminer divers **défis structurels**, notamment le lien limité entre les réseaux de l'industrie et du tourisme, le besoin d'une formation concernant la durabilité et la difficulté d'intégrer pleinement les principes d'économie circulaire dans la gestion quotidienne des activités touristiques. Néanmoins, il a aussi mis en lumière de grands **atouts**, tels que l'existence d'un tissu industriel hautement novateur, une université fortement engagée dans la recherche appliquée, un secteur de l'artisanat caractérisé par sa résilience et une identité locale profondément enracinée dans la culture de la céramique.

L'**éco-itinéraire de Castellón de la Plana** a, en dernière instance, été structuré sous la forme d'un parcours qui tisse des liens entre de multiples espaces, dans lesquels **la culture, la durabilité et la céramique** sont à un point de convergence, créant une expérience intégrée et cohérente pour le visiteur. Au long de l'itinéraire, les visiteurs peuvent découvrir des **ateliers artisanaux**, des **installations industrielles ouvertes au public**, des **centres d'interprétation** et des **musées**, ainsi que des **lieux consacrés à la gastronomie**, lesquels intègrent les céramiques produites localement dans la présentation et la conception de leur offre culinaire. La gastronomie devient ainsi à la fois un élément symbolique et la part d'une expérience, resserrant le lien entre produit, terroir et développement durable. Les restaurants figurant sur l'itinéraire soutiennent l'utilisation de produits locaux et de saison, adoptant le principe du locavorisme et des mesures de réduction des déchets alimentaires, en pleine conformité avec la philosophie circulaire qui est le substrat du projet dans son ensemble.

Une attention particulière a été accordée à la **mobilité durable**, considérée comme une composante clé de toute expérience du tourisme responsable. L'éco-itinéraire intègre un réseau de trajets à faible impact environnemental reliant les principaux points d'intérêt par le biais de chemins pédestres, de voies cyclables et de transports publics, ce que vient mettre en forme une carte numérique interactive qui aide les visiteurs à planifier leurs déplacements de façon éco-responsable. Cette approche encourage une forme de « slow tourism », plus respectueuse et participative, invitant le voyageur à redécouvrir le territoire en proximité, en étant conscient de l'environnement.

Le résultat est une proposition novatrice qui non seulement enrichit l'offre touristique de la ville mais renforce également son tissu social et économique. L'**éco-itinéraire de Castellón de la Plana** se présente comme un modèle **d'innovation territoriale et de tourisme régénératif**, au sein duquel la céramique (sous ses dimensions matérielle, symbolique et économique) joue le rôle de fil conducteur d'un récit qui unit tradition et modernité, industrie et artisanat, science et création. Par le truchement d'une coopération entre les administrations publiques, le monde universitaire, le secteur privé et la communauté des artisans, le projet favorise une réelle transition vers un système circulaire au sein duquel les déchets sont transformés en ressources, le savoir est partagé et la culture devient le vecteur dynamique de la cohésion sociale. Dans le cadre du **projet européen MED-Routes**, Castellón fait figure d'inspiration et de modèle par la façon dont le patrimoine industriel et culturel peut y être revisité pour une expérience de tourisme durable : une expérience qui se fonde sur une identité mais aussi sur l'innovation, et favorise le bien-être des communautés locales.

<p>Veillez identifier les principaux défis et besoins de votre Itinéraire culturel.  Les catégories énumérées ci-dessous sont issues de la série initiale d'indicateurs établis par MED-Routes.  Veillez ne renseigner que les catégories applicables, dans le cas contraire, laissez la case vide.</p>	
<p>Gestion de la consommation d'eau</p>	<p><b><u>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Dans la zone de l'URF, il est nécessaire de mettre en place des points de ravitaillement en eau le long du parcours et au niveau des aires de repos, afin de diminuer l'utilisation des bouteilles en plastique à usage unique. Ces points de ravitaillement pourraient être indiqués sur les cartes de l'éco-itinéraire afin de favoriser une consommation d'eau durable par les visiteurs.</p> <p>Un autre des besoins identifiés est celui de la formation des acteurs locaux et des visiteurs en termes de techniques de préservation de l'eau, notamment en suggérant le recours à des robinets dotés d'économiseurs d'eau et à des systèmes d'irrigation efficaces dans les installations d'agritourisme situées sur le parcours.</p> <p>Enfin, dans les zones que cela peut concerner, il est nécessaire de mettre en place des systèmes de traitement des eaux usées pour assurer l'irrigation des espaces verts, des jardins botaniques et autres parcs situés sur les éco-itinéraires.</p> <p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>Dans la partie Castellón de la Plana, la gestion de la consommation d'eau représente un défi essentiel, à la fois du fait des caractéristiques climatiques du milieu méditerranéen et de l'utilisation intensive des ressources en eau par l'industrie de la céramique comme par les services liés au tourisme. Dans le cadre de l'éco-itinéraire, plusieurs points ont été identifiés afin d'améliorer l'efficacité hydrique, de promouvoir une consommation de l'eau qui soit responsable et de renforcer la sensibilisation des acteurs locaux et des visiteurs sur le sujet.</p> <p>En premier lieu, il est nécessaire de créer une carte numérique interactive indiquant les points de ravitaillement en eau existant le long des voies pédestres ou cyclables, dans les espaces publics ainsi qu'à proximité des principales attractions touristiques et</p>

	<p>culturelles. La présence de ces points de ravitaillement (d'ores et déjà reliés au réseau d'approvisionnement municipal en eau et équipés de systèmes d'informations numériques) permet de réduire l'utilisation de bouteilles en plastique jetable ainsi que de promouvoir des habitudes de consommation d'eau durables chez les visiteurs.</p> <p>Deuxièmement, la nécessité a été reconnue de former et de sensibiliser les opérateurs touristiques, les artisans ainsi que les entreprises liées à l'hébergement touristique, sur le thème de la préservation de l'eau et des pratiques de gestion efficaces. Nombre des espaces associés à l'éco-itinéraire (tels que les ateliers de céramique, les musées et les restaurants) se montrent désireux d'adopter des mesures durables mais les mêmes manquent souvent de connaissances ou de conseils pratiques pour le faire. C'est pour cela qu'est proposée l'organisation de sessions de formation et d'initiatives pilotes centrées sur la question des systèmes à haute efficacité hydrique, comme les robinets munis d'un mousseur, les chasses d'eau à double commande et les technologies d'irrigation intelligentes pour les jardins, les cours et autres espaces extérieurs des lieux ouverts à la visite. La collaboration avec l'université Jaume I (UJI) et les divers services traitant de l'environnement au sein des administrations locales pourrait permettre de développer la recherche appliquée et des dispositifs de suivi, offrant des recommandations détaillées fondées sur les données recueillies et adaptées aux conditions climatiques locales.</p> <p>En outre, on a identifié la possibilité de réutiliser les eaux usées traitées, non potables, à des fins d'irrigation des espaces verts, des jardins botaniques et des parcs urbains inclus dans l'éco-itinéraire. Une telle mesure, en phase avec les stratégies de durabilité adoptées par la municipalité, permettrait de se rapprocher d'un modèle de gestion circulaire, réduisant la pression exercée sur les ressources naturelles et servant d'exemple de mise en place de bonnes pratiques qui pourraient être imitées dans d'autres destinations touristiques.</p>
Gestion de la consommation électrique	<p><b>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</b></p> <p>Dans la zone URF, des obstacles d'ordre administratif et des réglementations strictes, surtout en ce qui concerne l'hébergement touristique et l'installation d'infrastructures durables, rendent difficile l'amélioration dans le secteur de l'énergie électrique. Néanmoins, il</p>

vaut la peine de mentionner que certains acteurs locaux, tels que ceux des domaines de l'agriculture et du tourisme, ont déjà commencé à mettre en place des solutions vertes comme les panneaux solaires et autres systèmes d'énergie renouvelable. Si ces efforts sont encourageants, le processus demeure long et ardu, en particulier pour les petites entreprises. Des règles compliquées et des coûts élevés d'installation des technologies durables découragent bien souvent les entreprises locales de plus petite taille de se lancer dans de telles initiatives. Pour les appuyer, simplifier les démarches et fournir un soutien financier pourrait aider davantage d'entrepreneurs locaux à s'engager dans la transition vers l'énergie propre.

### **L'éco-itinéraire Castellón de la Plana**

Dans la zone Castellón de la Plana, la gestion de la consommation électrique est une priorité de plus en plus en grande du fait de la **forte demande en énergie de la part de l'industrie de la céramique** et de **l'électrification croissante des services fournis pour le tourisme**. L'éco-itinéraire a identifié plusieurs défis et atouts dans l'optique de promouvoir l'efficacité énergétique et l'intégration du renouvelable sur les sites culturels mais aussi industriels et à ceux qui sont liés au tourisme.

L'un des principaux obstacles concerne **la complexité des démarches administratives** pour l'installation de panneaux solaires ou d'autres infrastructures d'énergie renouvelable dans des zones historiques ou urbaines. Cet aspect décourage souvent les petites entreprises et les acteurs de la culture, lesquels renoncent à adopter les solutions associées à l'énergie propre. Simplifier ces démarches et offrir une incitation localement pourrait augmenter de façon significative la participation des ateliers d'artisans, des musées et des établissements hôteliers aux efforts pour parvenir à aborder de façon durable la transition énergétique.

En outre, dans le **domaine du tourisme ferroviaire et parmi les acteurs du domaine culturel** se fait ressentir le besoin de recourir à des pratiques efficaces d'un point de vue énergétique, notamment l'utilisation d'un éclairage LED, de systèmes intelligents de suivi énergétique et d'outils de gestion de l'énergie destinés à optimiser la consommation quotidienne. La collaboration avec **l'université Jaume I (UJI)** et les pôles locaux d'innovation pourrait favoriser des projets pilotes

	démontrant comment la technologie peut réduire les émissions de CO <sub>2</sub> et les coûts d'exploitation.
Gestion des déchets	<p><b><u>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Sur le territoire de l'URF, toutes les entités locales ont déjà mis en place le tri sélectif des déchets, conformément à la loi italienne.</p> <p>Il existe plusieurs améliorations nécessaires afin d'aller plus loin :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utiliser des couverts et des emballages compostables lors des dégustations et des événements gastronomiques en divers points de l'éco-itinéraire, afin de limiter au maximum les déchets non recyclables et de mettre en place une expérience touristique à faible impact ;</li> <li>- encourager le recours aux « doggy bags » dans les restaurants et sur les lieux consacrés à l'agritourisme, pour permettre aux visiteurs d'emporter leurs restes et ainsi réduire le gaspillage alimentaire ;</li> <li>- développer une application permettant aux entités locales de mutualiser leurs ressources non utilisées, par exemple les aliments ou les matériaux, contribuant à une économie circulaire et à la réduction des déchets engendrés. Ladite application pourrait aussi comprendre des options liées au compostage et au recyclage.</li> </ul> <p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>Dans la zone Castellón de la Plana, la gestion des déchets représente un aspect essentiel de la stratégie de durabilité de l'éco-itinéraire, particulièrement du fait de la coexistence d'activités industrielles, culturelles et touristiques sur le territoire. La plupart des entités participant au projet ont déjà recours à des systèmes de tri sélectif, en conformité avec la loi espagnole et les règlements des municipalités concernées, mais il reste plusieurs aspects qui peuvent être améliorés pour avancer vers un modèle encore plus circulaire et à encore moindre impact.</p> <p>L'un des besoins identifiés est celui de résoudre le problème de la production de déchets non recyclables durant les événements, ateliers et activités gastronomiques associés à l'éco-itinéraire. À cette fin, on propose d'encourager le recours à des couverts, récipients et matériaux compostables ou réutilisables,</p>

	<p>afin de remplacer progressivement le plastique par des produits de substitution durables, en particulier lors des dégustations, foires et démonstrations artisanales.</p> <p>Il est également proposé de promouvoir l'utilisation de « doggy bags » dans les restaurants et établissements de tourisme, pour permettre aux visiteurs d'emporter les restes de leur repas et ainsi réduire le gaspillage alimentaire. Cette mesure simple renforce la conscience des enjeux environnementaux parmi les visiteurs et démontre l'engagement en faveur de la durabilité dans le secteur hôtelier local.</p> <p>Une autre des initiatives clés consiste dans le développement d'une plateforme numérique collaborative, permettant aux entités locales (telles que les ateliers, musées, restaurants et entreprises) de mettre en commun leurs ressources inutilisées ou en surplus, notamment les aliments, les matériaux, les produits en céramique, promouvant par là une économie circulaire fondée sur la coopération dans tout le territoire concerné. Cet outil pourra aussi fournir des informations sur les sites de compostage, les points de recyclage et les installations de collecte des déchets spéciaux, assurant la traçabilité et la transparence dans la gestion des déchets.</p> <p>En outre, il est nécessaire d'installer des conteneurs permettant le tri sélectif le long du trajet de l'éco-itinéraire, particulièrement dans les aires de repos, les points offrant un panorama et toute zone fortement fréquentée par les touristes. Ces installations permettront un tri correct des détritiques et renforceront chez le visiteur un comportement responsable sur tout le parcours.</p>
<p>Consommation de produits locaux</p>	<p><b><u>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Sur ce point, la zone URF est déjà en progrès, dans la mesure où les produits locaux sont une partie essentielle de ses forces, attirant, par leur très grande qualité et le large éventail proposé, de nombreux touristes. Néanmoins, malgré cette abondance d'excellents produits locaux, il manque toujours à notre région une véritable filière d'approvisionnement touristique, organisée pour être axée sur la promotion des produits locaux. Bien que nous ayons de nombreux produits exceptionnels, les acteurs du secteur travaillent souvent sur un mode individuel et ignorent parfois l'offre des entreprises et producteurs voisins. L'éco-itinéraire devrait</p>

	<p>contribuer à forger une image plus unitaire, en encourageant une plus grande collaboration et un plus grand partage des savoirs entre les acteurs locaux. Il en résulterait une identité collective plus forte, mieux diffusée auprès des touristes et des visiteurs, et qui leur permettrait de découvrir et d'apprécier la richesse de la région.</p> <p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana promeut la consommation de produits locaux et en a fait un élément clé de sa stratégie de durabilité. La ville possède un puissant réseau de producteurs agro-alimentaires, d'artisans et de petits commerces liés au monde de la céramique et de la gastronomie, et dont l'engagement au sein du projet renforce l'économie locale tout en réduisant l'empreinte carbone.</p> <p>Le projet encourage la collaboration entre les restaurants, les producteurs de vin et les ateliers d'artisans, promouvant le recours aux ingrédients de saison et aux produits de proximité lors des expériences touristiques et gastronomiques. L'éco-itinéraire intègre également la céramique locale dans les présentations culinaires et les espaces touristiques, mettant en valeur l'identité culturelle et créatrice du territoire.</p> <p>L'éco-itinéraire comprend aussi des actions de sensibilisation pour promouvoir une consommation responsable, encourageant visiteurs et acteurs locaux à accorder leur préférence aux produits de provenance locale et aux pratiques durables. De cette manière, la consommation de produits locaux devient une composante essentielle dans la création de bénéfices économiques et la préservation de l'identité régionale tout en offrant l'expérience d'un tourisme authentique et durable.</p>
Utilisation d'énergies propres	<p><b><u>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Au sein de l'URF se fait sentir la nécessité d'encourager les établissements hôteliers et les restaurants à adopter des panneaux solaires et des systèmes permettant des économies d'énergie. Un partenariat avec des fournisseurs d'énergie verte a été suggéré pour garantir le recours à des sources d'énergie renouvelable de tous les participants au projet.</p> <p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p>

	<p>L'<b>éco-itinéraire Castellón de la Plana</b> voit dans l'utilisation d'énergies propres et renouvelables une étape essentielle vers l'adoption réussie d'un modèle de tourisme durable et à faible émission de CO<sub>2</sub>. Les fortes racines industrielles du territoire, en particulier dans le secteur de la céramique, offrent une possibilité de démontrer comment l'innovation et la transition énergétique peuvent avancer de pair pour réduire l'impact environnemental.</p> <p>Plusieurs acteurs locaux ont déjà commencé à adopter des <b>systèmes de panneaux solaires</b> dans les installations destinées à la production, les musées ou les établissements hôteliers, ce qui contribue à la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et à une plus grande efficacité énergétique. L'éco-itinéraire se donne pour objectif de mettre en lumière ces exemples comme autant de bonnes pratiques qui peuvent inspirer d'autres acteurs du secteur du tourisme ou de la culture.</p> <p>Par ailleurs, on voit s'accroître l'intérêt pour les <b>solutions intégrant des énergies renouvelables</b> (comme les panneaux photovoltaïques pour la consommation personnelle ou l'éclairage LED, alimenté par une énergie propre) dans les espaces publics et centres d'accueil des visiteurs du parcours. Une collaboration avec l'<b>université Jaume I (UJI)</b> et les pôles d'innovation locaux soutient la recherche et des actions pilotes centrées sur l'amélioration de la gestion de l'énergie et sensibilise les visiteurs aux avantages de l'énergie renouvelable.</p>
<p>Obtention d'un label écologique ou du Green Label MED-Routes</p>	<p><b>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</b></p> <p>Pour tenir compte des difficultés auxquelles les entités locales de petite taille peuvent être confrontées pour obtenir un label écologique, la présentation du Green Label MED-Routes aux acteurs locaux peut être un moyen d'attirer des visiteurs soucieux de l'environnement tout en promouvant l'engagement en faveur de pratiques écologiques.</p> <p><b>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</b></p> <p>L'<b>éco-itinéraire Castellón de la Plana</b> a déterminé que la mise en conformité avec les exigences des certifications environnementales comme l'<b>Écolabel européen</b> ou le <b>Green Label MED-Routes</b>, était une étape clé dans la consolidation de l'engagement en faveur du développement durable et de la transparence. Ces certifications permettront d'accorder une</p>

	<p>reconnaissance des efforts fournis par les acteurs locaux (hôtels, restaurants, musées et ateliers d'artisans) qui ont déjà mis en place des pratiques écologiques liées à l'efficacité énergétique, la réduction des déchets et la gestion de l'eau.</p> <p>Cette initiative a pour objectif d'<b>encourager l'engagement des parties prenantes des secteurs du tourisme et de la culture</b>. L'obtention de ces certifications permettrait non seulement d'améliorer la visibilité des entreprises durables mais aussi de valoriser la présente destination en renforçant sa réputation de modèle pour un tourisme responsable et novateur dans la région méditerranéenne.</p>
<p>Éviter l'utilisation de substances ou de produits dangereux</p>	<p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>Au sein de l'<b>éco-itinéraire Castellón de la Plana</b>, éviter l'utilisation de substances ou de produits dangereux est une priorité fondamentale afin de garantir à la fois la santé de l'environnement et celle des habitants. C'est là un point particulièrement important sur un territoire où <b>l'industrie et l'artisanat de la céramique</b> jouent un rôle central dans l'économie et l'identité culturelle du lieu.</p> <p>L'éco-itinéraire promeut le <b>remplacement progressif des produits chimiques nocifs</b> (tels que certains vernis métalliques, solvants ou produits de nettoyage) par des <b>produits éco-certifiés, non toxiques et biodégradables</b>. Des sessions de formation et un appui technique soutenus par une collaboration avec <b>l'université Jaume I (UJI)</b> et les autorités locales en matière d'environnement servent à encourager les ateliers collectifs ou individuels de production de céramique qui participent au projet à mettre en place ces changements.</p> <p>En outre, tout au long du trajet de l'éco-itinéraire, des campagnes de sensibilisation sont menées pour <b>informer les opérateurs touristiques et les visiteurs</b> au sujet de l'importance que revêt l'utilisation de matériaux non toxiques pour l'entretien, la décoration et le nettoyage. Ces efforts contribuent à limiter la pollution, améliorer la santé au travail et renforcer l'image de Castellón comme destination durable, où art, industrie et nature coexistent de façon responsable.</p>
<p>Présenter ou fournir des informations sur notre éco-</p>	<p><b><u>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Dans la zone URF, il y a clairement des défis à relever, tels les problèmes de connectivité, comme la couverture de</p>

<p>itinéraire au public et aux visiteurs</p>	<p>réseau téléphonique limitée, qui peuvent affecter l'accès aux cartes numériques et aux informations sur les trajets d'éco-tourisme. Par ailleurs, l'absence d'un calendrier des événements unifié restreint la visibilité et freine la promotion intégrée de la région. Mais ces questions sont autant d'occasions précieuses pour l'expansion et l'amélioration. La région se targue en effet d'un riche patrimoine culturel et naturel, lequel a le potentiel suffisant pour attirer les visiteurs d'une façon plus coordonnée. En répondant aux défis identifiés, par exemple en créant un calendrier unique des événements et en améliorant l'accès au numérique, l'URF pourrait enrichir l'expérience des visiteurs en leur fournissant des informations plus claires et accroître le sentiment qu'ils sont reliés à ce que la région propose en termes de tourisme vert. Le développement d'un réseau d'acteurs locaux qui soient davantage interconnectés, ainsi que de meilleurs outils de communication, pourrait augmenter de façon très importante l'attractivité de la région, favorisant une plus grande collaboration et une conscience accrue des enjeux à la fois parmi les entrepreneurs locaux et chez les touristes.</p> <p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana accorde une grande importance à la communication et à la diffusion de ses valeurs, de ses objectifs et des expériences de durabilité offertes, que ce soit auprès de la communauté locale ou des visiteurs. S'assurer de la visibilité et de l'accessibilité de l'information est essentiel pour sensibiliser davantage les gens et pour renforcer la participation des citoyens au projet.</p> <p>À cette fin, l'éco-itinéraire prévoit d'améliorer les panneaux d'information et la signalétique spécifique existant aux principaux points d'intérêt (tels que les points de repère, les musées, les centres culturels et les zones vertes) afin de fournir des détails sur les pratiques durables, le patrimoine local et les principes d'économie circulaire mis en place le long du trajet.</p> <p>En outre, la promotion d'une plateforme numérique et d'une carte interactive guidera le visiteur tout au long de l'éco-itinéraire, mettant en valeur les entités participantes, les possibilités de mobilité durable et des recommandations pour un tourisme responsable. Des comptes sur les réseaux sociaux et la collaboration avec</p>
--	---

	<p>les médias locaux soutiendront cette initiative, lui assurant une large visibilité publique.</p> <p>Le projet promeut aussi toute forme de communication collaborative par le biais des établissements d'enseignement, des offices de tourisme et des événements culturels, favorisant un sentiment partagé de fierté et d'enracinement autour de l'identité durable de Castellón. Ainsi, l'éco-itinéraire deviendra non seulement un trajet à découvrir mais aussi un outil pour l'éducation, la conscience des enjeux et la participation collective à la transition vers un modèle de tourisme davantage durable et inclusif.</p>
<p>Favoriser la coopération entre les divers agents publics et privés</p>	<p><b><u>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Au sein de l'URF, l'un des besoins importants identifiés par les acteurs locaux concerne le développement d'un réseau établi entre eux et qui leur permettrait de créer des parcours intégrés ; mais aussi le souci que leur soient présentées les certifications de durabilité ainsi qu'une offre de formations portant sur les pratiques écologiques. L'un des défis est que la barrière linguistique (manque de guides anglophones) freine l'accès des touristes étrangers.</p> <p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana est fondé sur un modèle de gouvernance collaborative, lequel promeut activement l'interaction entre les institutions publiques, les entreprises privées, les établissements d'enseignement et les organismes culturels. Cette coopération est essentielle pour garantir sur le long terme la durabilité et l'efficacité du projet.</p> <p>L'éco-itinéraire favorise le dialogue régulier et la planification concertée entre le conseil municipal de la ville, l'Institut de la technologie de la céramique (ITC), l'université Jaume I (UJI), les opérateurs touristiques locaux et le secteur de l'artisanat, ce qui crée un réseau de responsabilités communes appuyant les pratiques durables et circulaires.</p> <p>Des ateliers participatifs, des réunions thématiques et des projets pilotes encouragent le partage des savoirs et l'innovation, permettant aux stratégies locales de se retrouver en phase avec les objectifs plus larges du programme MED-Routes. Ces synergies contribuent à renforcer le lien entre industrie de la céramique, tourisme et culture, faisant de l'éco-itinéraire une plateforme</p>

	<p>dynamique, où les parties prenantes, publiques et privées, conçoivent et appliquent ensemble les actions en faveur du développement durable de Castellón.</p>
<p>Protéger le patrimoine local</p>	<p><b><u>L'éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Au sein de l'URF, les touristes ont manifesté un fort intérêt pour les expériences originales qu'offre la région, notamment les parcours sur le thème de la céramique et les événements associés au vin et au patrimoine gastronomique. Des activités comme les séances de dégustation, les ateliers d'artisanat et la visite de musées ou de jardins historiques sont considérées comme des moyens d'attirer le visiteur vers le marché du tourisme vert. La nécessité a été identifiée de promouvoir des offres de forfaits « tout compris » combinant diverses expériences locales, tels qu'un tour des producteurs de vin, des excursions dans la nature ou des cours de cuisine.</p> <p><b><u>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'éco-itinéraire Castellón de la Plana considère que la préservation du patrimoine local est l'un des principes fondateurs de sa stratégie de durabilité et de développement territorial. Avec un riche patrimoine profondément enraciné dans le monde de la céramique, son architecture traditionnelle et ses paysages urbains liés à l'histoire de l'artisanat, Castellón est perçue comme une véritable « ville musée » : un lieu où le patrimoine n'est pas cantonné aux édifices et aux collections d'objets, mais s'étend au paysage, aux rues, aux ateliers et à la mémoire collective des habitants.</p> <p>L'éco-itinéraire promeut une vision vivante et inclusive du patrimoine, fondée sur la compréhension du fait que sa conservation doit aller de pair avec une interprétation active et l'accessibilité du public. En ce sens, le projet soutient la réhabilitation et la rénovation des espaces historiques associés à la tradition de la céramique, ce qui permet de les intégrer au sein de parcours touristiques et culturels en donnant au visiteur une image qui lui dévoile l'évolution du territoire, depuis ses racines artisanales jusqu'à l'innovation contemporaine.</p> <p>L'éco-itinéraire encourage également l'installation d'une signalétique interprétative en divers points d'intérêt pour le patrimoine, notamment les anciens fours de potier, les ateliers traditionnels, les bâtiments historiques et les sites urbains emblématiques, ce qui fait de la ville un livre</p>

	ouvert qui raconte l’histoire de la céramique de Castellón sur le lieu même où elle s’est déroulée.
Promouvoir la mobilité durable	<p><b><u>L’éco-itinéraire Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Sur le territoire de l’URF, les acteurs locaux ont identifié le besoin d’installer des bornes de recharge pour vélos et voitures électriques, ainsi que des points de services pour les cyclistes, le long des principaux axes de parcours, afin de faciliter des déplacements écologiques et de promouvoir le cyclotourisme.</p> <p><b><u>L’éco-itinéraire Castellón de la Plana</u></b></p> <p>La <b>mobilité durable</b> est l’un des principes fondateurs de l’<b>éco-itinéraire Castellón de la Plana</b>, lequel a été conçu pour réduire l’impact environnemental des déplacements de visiteurs et pour promouvoir un mode de découverte de la ville qui soit plus responsable, plus sain et plus accessible.</p> <p>Castellón est une <b>ville plane avec plus de 300 jours d’ensoleillement par an</b>, ce qui en fait un contexte idéal pour le transport durable. La ville possède un <b>vaste réseau de pistes cyclables</b>, qui relie presque tous les points de la zone urbaine et de ses environs, permettant au visiteur de circuler en tout confort et en toute sécurité, de manière agréable tout au long du parcours. En outre, Castellón offre un <b>service public de location de vélos à très bas coût</b>, avec des stations réparties dans toute la ville, ce qui encourage résidents comme touristes à utiliser ce moyen de transport durable.</p> <p><b>L’éco-itinéraire est entièrement relié au réseau de transports publics</b>, lequel permet, sur le parcours, d’atteindre les principaux sites d’intérêt culturel, du patrimoine ou de la nature. L’existence de cette infrastructure permet de se déplacer facilement entre différentes zones de l’éco-itinéraire sans avoir besoin d’un véhicule individuel, ce qui contribue à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> et promeut la mobilité à faible impact.</p> <p>L’éco-itinéraire a également été conçu pour garantir l’<b>accessibilité à tous</b> et comprend des sections et des installations adaptées pour les personnes à mobilité réduite, afin que tous puissent également profiter de cette expérience.</p>

## II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Dans cette section, chaque partenaire doit sélectionner **trois défis prioritaires** parmi ceux énumérés à la section I.3 (défis liés à la durabilité et à l'économie circulaire).

Pour **chaque défi sélectionné**, définir un **objectif global** décrivant le résultat souhaité.

Chaque but doit être décomposé en au moins **deux objectifs spécifiques** à atteindre, qui correspondent à des mesures tangibles et réalisables.

Définir un but et des objectifs spécifiques visant à intégrer les principes de l'économie circulaire, selon la structure ci-dessous. Agrandissez le tableau à votre convenance.	
<b>Défi prioritaire sélectionné 1 (SPC1)</b>	Protéger le patrimoine local
Objectif global pour le SPC1	<b>Créer de nouveaux itinéraires durables à petite échelle</b> , capables de promouvoir une gestion efficace du patrimoine culturel et ayant un effet positif à la fois sur l'environnement et sur l'économie localement, grâce à une intégration des principes d'économie circulaire dans les pratiques touristiques.
Objectif spécifique 1A	<b>Financer un certain nombre de membres</b> de la Route européenne de la céramique (ERC) pour qu'ils développent des itinéraires durables à petite échelle, suivant la méthode adoptée dans MED-Routes, afin de garantir qu'ils soient en phase avec les pratiques d'économie circulaire et de tourisme durable.
Objectif spécifique 1B	<b>Mettre en œuvre le développement de nouveaux éco-itinéraires au sein de l'ERC</b> , en s'assurant que chacun d'entre eux intègre les principes d'économie circulaire comme la réduction des déchets, le réemploi des ressources et le choix de transports à faible impact.
<b>Défi prioritaire sélectionné 2 (SPC2)</b>	Présenter ou diffuser les informations sur nos éco-itinéraires
Objectif global pour le SPC2	<b>Améliorer les stratégies de communication</b> concernant les éco-itinéraires lancés au sein de la Route européenne de la céramique, pour accroître

	la visibilité des initiatives en tourisme durable et diffuser les valeurs de l'économie circulaire auprès d'un public plus large.
Objectif spécifique 2A	<b>Renforcer la communication interne</b> au sein des membres de l'ERC en facilitant le partage des expériences, des bonnes pratiques et des résultats du développement des éco-itinéraires, afin de permettre aux membres de mettre en commun les leçons tirées en termes de modèles de tourisme durable, d'encourager la collaboration et de bâtir un réseau de parties prenantes promouvant activement le tourisme associé à la céramique avec un accès sur la durabilité.
Objectif spécifique 2B	<b>Améliorer la communication externe</b> en développant des campagnes ciblées pour diffuser des informations à propos des éco-itinéraires auprès des touristes et des parties prenantes sur place ainsi que du public international, mettant en valeur les avantages du voyage écologique, des pratiques d'économie circulaire et de l'importance toute particulière du patrimoine associé à la céramique, invitant à faire des choix en faveur d'un tourisme soucieux de l'environnement.
<b>Défi prioritaire sélectionné 3 (SPC3)</b>	Obtention du Green Label MED-Routes
Objectif global pour le SPC3	<b>Suivre les éco-itinéraires développés au sein du réseau pour s'assurer qu'ils mettent en pratique les exigences du Green Label MED-Routes</b> , afin de vérifier qu'ils soient en phase avec les principes adoptés en termes d'économie circulaire et de développement durable.
Objectif spécifique 3A	<b>S'assurer du respect des exigences</b> du Green Label MED-Routes par tous les acteurs participant aux éco-itinéraires, en vérifiant qu'ils adhèrent aux pratiques de durabilité telles que la gestion des déchets, l'efficacité énergétique et la promotion d'expériences touristiques à faible impact environnemental.
Objectif spécifique 3B	<b>Diffuser de manière efficace les informations sur le Green Label</b> auprès des touristes et des parties prenantes, en s'assurant que les acteurs locaux affichent clairement leur certification et proposent une communication qui en valorise la portée.

Objectif spécifique 1A (Agrandissez le tableau à votre convenance.)	
Action à mettre en œuvre <b>(A1A)</b>	<b>Allouer un financement à un certain nombre de membres de l'ERC</b> pour qu'ils développent des itinéraires durables à petite échelle, suivant la méthode adoptée dans MED-Routes, afin de garantir qu'ils soient en phase avec les pratiques d'économie circulaire et de tourisme durable.
Période de mise en œuvre	2026
Parties prenantes à inclure	Membres de la Route européenne de la céramique
Principal public cible de l'action	Membres de la Route européenne de la céramique
Objectif spécifique 1B	
Action à mettre en œuvre <b>(A1B)</b>	<b>Mettre en place et développer de nouveaux éco-itinéraires au sein de l'ERC</b> , en s'assurant que chacun d'entre eux intègre les principes d'économie circulaire, comme la réduction des déchets, le réemploi des ressources et l'adoption de transports à faibles émissions.
Période de mise en œuvre	À partir de 2026
Parties prenantes à inclure	Membres de la Route européenne de la céramique, opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel, acteurs politiques locaux.
Principal public cible de l'action	Touristes, opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel, acteurs politiques locaux.
Objectif spécifique 2A	
Action à mettre en œuvre <b>(A2A)</b>	<b>Améliorer la communication interne entre membres de l'ERC</b> en facilitant le partage des expériences, des bonnes pratiques et des résultats du développement des éco-itinéraires, afin de permettre aux membres de mettre en

	commun les leçons tirées en termes de modèles de tourisme durable, d'encourager la collaboration et de bâtir un réseau de parties prenantes promouvant activement le tourisme associé à la céramique dans le souci de la durabilité.
Période de mise en œuvre	En cours
Parties prenantes à inclure	Membres de la Route européenne de la céramique
Principal public cible de l'action	Membres de la Route européenne de la céramique
Objectif spécifique 2B	
Action à mettre en œuvre <b>(A2B)</b>	<b>Améliorer la communication externe</b> en développant des campagnes ciblées pour diffuser des informations à propos des éco-itinéraires auprès des touristes et des parties prenantes sur place ainsi que du public international, mettant en valeur les avantages du voyage écologique, des pratiques d'économie circulaire et de l'importance toute particulière du patrimoine associé à la céramique, invitant à faire des choix en faveur d'un tourisme soucieux de l'environnement. Cette action sera réalisée via le site web de la Route européenne de la céramique et ses comptes sur divers réseaux sociaux ainsi que sur sa nouvelle plateforme, Clarmony. De même, les membres qui ont lancé de nouveaux éco-itinéraires en feront la promotion sur leur site web et via leurs comptes sur les réseaux sociaux.
Période de mise en œuvre	En cours
Parties prenantes à inclure	Touristes, opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel, acteurs politiques locaux, membres de la Route européenne de la céramique.
Principal public cible de l'action	Touristes, opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel, acteurs politiques locaux, membres de la Route européenne de la céramique.

Objectif spécifique 3A	
Action à mettre en œuvre <b>(A3A)</b>	<b>S'assurer du respect des exigences</b> du Green Label MED-Routes par tous les acteurs participant aux éco-itinéraires, en vérifiant qu'ils adhèrent aux pratiques de durabilité telles que la gestion des déchets, l'efficacité énergétique et la promotion d'expériences touristiques à faible impact environnemental.
Période de mise en œuvre	En cours
Parties prenantes à inclure	Opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel
Principal public cible de l'action	Opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel, acteurs politiques locaux, touristes.
Objectif spécifique 3B	
Action à mettre en œuvre <b>(A3B)</b>	<b>Diffuser de manière efficace les informations sur le Green Label</b> auprès des touristes et des parties prenantes, en s'assurant que les acteurs locaux affichent clairement leur certification et proposent une communication qui en valorise la portée.
Période de mise en œuvre	En cours
Parties prenantes à inclure	Opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel
Principal public cible de l'action	Opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel, touristes

## II.2 PUBLIC CIBLE

Identifiez les principaux publics cibles des actions axées sur la durabilité de votre Itinéraire culturel (ex. : les touristes, les communautés locales, les étudiants, les décideurs politiques) et décrivez comment l'itinéraire répond à leurs besoins et intérêts spécifiques. Veuillez remplir le tableau ci-dessous en précisant en quoi les actions mentionnées concernent chaque public.

<b>Public cible</b>	<b>Besoins et réponses apportées</b>
Membres de la Route européenne de la céramique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soutien à la mise en place et au développement d'éco-itinéraires qui soient en phase avec les pratiques de durabilité et d'économie circulaire.</li> <li>- Mise en commun des pratiques, expériences et connaissances jugées les plus efficaces en relation avec les initiatives de tourisme durable et d'économie circulaire.</li> <li>- Occasions de réseautage pour renforcer la collaboration et la coopération dans la mise en œuvre de pratiques touristiques respectueuses de l'environnement.</li> </ul>
Opérateurs locaux des secteurs touristique et culturel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès à des formations et à des ressources portant sur les pratiques de durabilité, telles que la gestion des déchets, l'efficacité énergétique et le tourisme à faible impact environnemental.</li> <li>- Avantages propres au fait de rejoindre le réseau des éco-itinéraires et bénéfices tirés des tendances que recouvre le tourisme soucieux de l'environnement.</li> <li>- Aides pour l'obtention de certifications de durabilité, comme le Green Label MED-Routes, afin d'accroître la visibilité des offres en termes de tourisme durable.</li> </ul>
Parties prenantes au sein des administrations locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informations et stratégies portant sur la promotion du tourisme durable et soutien aux principes de l'économie circulaire dans les décisions de politique locale.</li> <li>- Outils pour favoriser l'intégration des pratiques de durabilité au sein des stratégies du tourisme local.</li> <li>- Engagement dans des projets régionaux et internationaux qui renforcent le développement local et améliorent le bien-être des habitants de la région.</li> </ul>
Touristes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès aux informations sur les éco-itinéraires qui offrent des possibilités de voyage durable et responsable.</li> <li>- Occasions de faire l'expérience de la culture locale authentique et du patrimoine dans le cadre d'activités</li> </ul>

	<p>touristiques respectueuses de l'environnement et à faible impact.</p> <p>- Informations sur les bénéfices environnementaux du tourisme vert et sur la manière dont on peut réduire l'empreinte carbone tout en faisant un voyage culturel agréable.</p>
--	--

### III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Diagramme de Gantt

	Mois (Agrandissez le diagramme de Gantt à votre convenance.)											
Action	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	...
<b>A1A</b>			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A1B</b>					■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A2A</b>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A2B</b>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A3A</b>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A3B</b>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

### III.2 STRATÉGIES DE SUIVI

<b>Action</b>	<p>Veillez décrire les outils et les méthodes que votre Itinéraire culturel emploiera pour évaluer les progrès et l'impact des actions proposées en matière de durabilité et d'économie circulaire, tels que les indicateurs clés de performance (ICP), les évaluations périodiques, les retours d'information de la communauté ou les audits externes. (Agrandissez le tableau à votre convenance.)</p>
<b>A1A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de demandes de financement reçues en réponse à l'appel d'offre</li> <li>- Vérifications régulières des dépenses des fonds alloués et de leur utilisation par les membres</li> </ul>
<b>A1B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivi du nombre d'éco-itinéraires créés</li> </ul>
<b>A2A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réunions régulières et mise en commun des rapports entre les membres de la Route</li> </ul>

<b>A2B</b>	- Enquêtes auprès des touristes, statistiques de visites du site web et engagement sur les réseaux sociaux
<b>A3A</b>	- Réunion annuelle avec enquête auprès des membres
<b>A3B</b>	- Enquêtes, entretiens et retour d'expérience des touristes et des parties prenantes



**MED-Routes**

**Interreg**  
Euro-MED



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*« Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED  
par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires  
culturels du Conseil de l'Europe »*

## **Plan d'action MED-Routes** **Les Routes de l'olivier**



Fiche du projet	
Titre abrégé	MED-Routes
Titre complet	Renforcer le tourisme culturel durable dans l'espace MED par la création d'éco-itinéraires au sein des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe
Priorité	Greener Med
Mission	Renforcer le tourisme durable
Objectif spécifique	RSO2.6 : Favoriser la transition vers une économie circulaire et efficace dans l'utilisation des ressources
Type de projet	Transfert (projet thématique)
Identifiant	Euro-MED0200798
Date de lancement	1 <sup>er</sup> janvier 2024
Durée	27 mois

## Table des matières

I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	11
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	11
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	12
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	21
II.2 PUBLIC CIBLE .....	25
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE.....	26
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	27
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	32
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	32
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	34
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	39
II.2 PUBLIC CIBLE.....	43
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE .....	44
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	45
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	51
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	51
I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	52
II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.....	69
II.2 PUBLIC CIBLE.....	73
III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE .....	75
III.2 STRATÉGIES DE SUIVI .....	75
I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE .....	81
I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL .....	81

I.3.	DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL.....	82
<b>II.1</b>	BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE .....	86
<b>II.2</b>	PUBLIC CIBLE .....	95
<b>III.1</b>	CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE .....	98
<b>III.2</b>	STRATÉGIES DE SUIVI .....	98

## I.1. NOM DE L'ITINÉRAIRE

Indiquer le nom de l'itinéraire

**Les Routes de l'olivier**

## I.2. DESCRIPTION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL

Décrire le thème de l'itinéraire culturel, donner un aperçu de ses principaux parcours et identifier les pratiques, produits ou services culturels clés qui les définissent et soutiennent.

Les « Routes de l'olivier » sont des itinéraires de dialogue interculturel et de développement durable, encadrés par des événements et des activités culturels autour de la Méditerranée de l'olivier. Les pratiques culturelles clés sont :

- promouvoir la civilisation de l'olivier au profit des économies locales ;
- consolider les liens entre le patrimoine culturel de l'olivier, le tourisme et le développement durable ;
- recenser le patrimoine des régions productrices d'olives, en le promouvant et en le mettant en valeur grâce à des activités culturelles ;
- bâtir un « pont » entre les pays méditerranéens grâce à l'olivier, symbole de paix, d'amitié et de prospérité ;
- encourager le dialogue interculturel pour la paix et le développement durable.

Les activités sont mises en œuvre par le Réseau et la Fondation culturelle « Routes de l'olivier », une organisation non gouvernementale à but non lucratif basée en Grèce, qui met en pratique une expression culturelle innovante pour le développement durable : la promotion du patrimoine culturel de l'olivier à l'échelle internationale et la création de « synergies » entre patrimoine, tourisme et développement durable au profit des économies locales.

### I.3. DÉFIS ET BESOINS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE DURABILITÉ ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LES PRATIQUES EXISTANTES EN MATIÈRE DE PATRIMOINE CULTUREL SUR L'ITINÉRAIRE CULTUREL

Veillez décrire brièvement comment l'itinéraire culturel en question a identifié les principaux défis et besoins concernant la mise en œuvre des principes de durabilité et d'économie circulaire dans ses pratiques (ex : ateliers avec les parties prenantes, enquêtes et questionnaires, études d'impact environnemental, évaluations sur site ou autres).

L'itinéraire culturel « **Routes de l'olivier** » a intégré les principes de **développement durable** et d'**économie circulaire** par le biais d'une série de pratiques et d'outils qui répond aux défis principaux de leur mise en œuvre. En résumé :

- **Implication des parties prenantes** – Des ateliers, des conférences et des réunions sont organisés avec les producteurs locaux, les institutions culturelles, les agents touristiques et les fondations gouvernementales locales en vue de consolider la coopération et l'échange de bonnes pratiques dans le cadre de la gestion durable.
- **Recherche et documentation** – Des recherches et des inventaires du patrimoine culturel et naturel de l'olivier sont réalisés en vue de promouvoir et de préserver les ressources locales mais également d'évaluer l'impact socio-économique des actions.
- **Évaluations durables** – Des évaluations *in situ* et des études de l'impact environnemental sont réalisées en vue d'assurer un équilibre entre le développement du tourisme et la protection du paysage et des ressources naturelles.
- **Éducation et sensibilisation** – Des activités culturelles, des programmes pédagogiques et des ateliers d'art sont utilisés en vue de stimuler une conscience environnementale et de promouvoir la gestion circulaire des matériaux et des ressources.
- **Réseautage et partenariats** – Des synergies entre les acteurs des différents pays méditerranéens sont créées en vue de promouvoir un modèle commun de développement culturel durable fondé sur le patrimoine de l'olivier.

Dans cette optique, l'itinéraire fonctionne comme un **laboratoire pour l'application de la durabilité**, en associant culture, tourisme et développement local aux pratiques d'économie

circulaire et à la responsabilité  
environnementale.

Identifier les principaux défis et besoins selon chaque zone :	
<i>Veillez réfléchir aux aspects suivants et décrire les obstacles, les manques ou difficultés rencontrés par votre Itinéraire culturel dans chaque domaine. Ajoutez des exemples concrets quand cela est possible.</i>	
Gestion de la consommation d'eau	<ul style="list-style-type: none"><li>• Difficulté à suivre et à mesurer la consommation d'eau sur les itinéraires et durant les activités culturelles, notamment dans les zones rurales.</li><li>• Manque d'infrastructure permettant d'économiser l'eau (ex. : collecte d'eau de pluie ou systèmes de réutilisation des eaux usées).</li><li>• Besoin de former les partenaires locaux et les parties prenantes aux pratiques de gestion durable de l'eau, notamment dans les zones ayant des ressources hydriques limitées.</li></ul>
Gestion de la consommation électrique	<ul style="list-style-type: none"><li>• Infrastructure inadéquate pour le recyclage et la gestion des déchets dans les communes rurales et de petite taille où ont lieu les actions.</li><li>• Difficulté à réduire l'utilisation du plastique jetable au cours d'événements.</li><li>• Besoin d'instruire les visiteurs et les partenaires locaux concernant les pratiques de la gestion circulaire des déchets.</li></ul>
Gestion des déchets	<ul style="list-style-type: none"><li>• Infrastructure inadéquate pour le recyclage et la gestion des déchets dans les communes rurales et de petite taille où ont lieu les actions.</li><li>• Difficulté à réduire l'utilisation du plastique jetable au cours d'événements.</li><li>• Besoin d'instruire les visiteurs et les partenaires locaux concernant les pratiques de la gestion circulaire des déchets.</li></ul>

<p>Consommation de produits locaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il s'avère compliqué de relier tous les producteurs locaux au tourisme culturel malgré l'accent mis sur les produits locaux (huile d'olive, produits dérivés de l'olive).</li> <li>• Promotion limitée des petits producteurs à l'échelle internationale.</li> <li>• Besoin de créer des synergies locales ainsi qu'une « culture et des marchés de dégustation » pour accroître la consommation de produits locaux.</li> </ul>
<p>Utilisation d'énergies propres</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque d'infrastructure d'énergie renouvelable sur les lieux des événements.</li> <li>• Contraintes financières sur les investissements dans les technologies photovoltaïques ou autres technologies propres.</li> <li>• Besoin de consolider les partenariats avec les communes et les agences de l'énergie pour les applications pilotes.</li> </ul>
<p>Obtention d'un label écologique ou du Green Label MED-Routes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance limitée des critères de certification et des procédures.</li> <li>• Manque de soutien et de conseils techniques pour l'envoi des candidatures.</li> <li>• Besoin de créer des normes de durabilité communes adaptées aux caractéristiques spécifiques de la Méditerranée.</li> </ul>
<p>Éviter l'utilisation de substances ou de produits dangereux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque d'uniformité dans les règles d'utilisation d'engrais et de pesticides au sein des oliveraies.</li> <li>• Difficulté dans le suivi les fournisseurs dépourvus de certifications environnementales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besoin de créer des « guides d'approvisionnement vert » pour les partenaires du réseau.</li> </ul>
<p>Présenter ou fournir des informations sur notre éco-itinéraire au public et aux visiteurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besoin de développer de la documentation multilingue (imprimée et numérique) expliquant le lien entre la culture et l'environnement.</li> <li>• Possibilité de créer un label spécial ou un « éco-passeport » pour les visiteurs qui participent à des activités durables.</li> </ul>

Favoriser la coopération entre les divers agents publics et privés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besoin de consolider une coopération transversale (culture-tourisme-environnement-éducation).</li> <li>• Difficulté à coordonner différents niveaux de gouvernance (locale, nationale, internationale).</li> <li>• Besoin de créer une « plateforme de coopération » pour échanger des expériences et coordonner des actions.</li> </ul>
Protéger le patrimoine local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ressources limitées pour l'entretien des moulins à huile traditionnels, entrepôts et monuments agricoles.</li> <li>• Risque de commercialisation du patrimoine culturel par le biais de formes de tourisme non durables.</li> <li>• Besoin de programmes pédagogiques qui relient les jeunes à l'identité culturelle de l'olivier.</li> </ul>
Promouvoir la mobilité durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ressources limitées pour l'entretien des moulins à huile traditionnels, entrepôts et monuments agricoles.</li> <li>• Risque de commercialisation du patrimoine culturel par le biais de formes de tourisme non durables.</li> <li>• Besoin de programmes pédagogiques qui relient les jeunes à l'identité culturelle de l'olivier.</li> </ul>

## II.1 BUTS ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE PRATIQUES D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

*Dans cette section, chaque partenaire doit sélectionner **trois défis prioritaires** parmi ceux énumérés à la section I.3 (défis liés à la durabilité et à l'économie circulaire).*

*Pour **chaque défi sélectionné**, définir **un objectif global** décrivant le résultat souhaité.*

Définir un but et des objectifs spécifiques visant à intégrer les principes de l'économie circulaire, selon la structure ci-dessous. Agrandissez le tableau à votre convenance.	
<b>Défi prioritaire sélectionné 1 (SPC1)</b>	(nom du défi, tel qu'il figure à la section I.3)
Objectif global pour le SPC1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Présenter ou fournir des informations sur notre éco-itinéraire au public et aux visiteurs.</li> </ul>
Objectif spécifique 1A	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consolider la promotion et la communication de l'éco-itinéraire dans l'optique d'informer, sensibiliser et impliquer activement les visiteurs dans les principes de développement durable.</li> </ul>
Objectif spécifique 1B	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise au point d'une plateforme numérique et d'une carte interactive de l'itinéraire, en présentant des pratiques durables, des « espaces verts » et en collaborant avec des organisations locales.</li> <li>Création d'un « éco-passeport » imprimé et numérique pour les visiteurs, qui récompensera la participation aux actions qui ont un impact environnemental positif (ex. : utilisation de produits locaux, mobilité douce, recyclage).</li> <li>Organisation d'événements pédagogiques et de journées d'information en vue de présenter les principes de l'économie circulaire au public et aux partenaires.</li> </ul>
<b>Défi prioritaire sélectionné 2 (SPC2)</b>	(nom du défi, tel qu'il figure à la section I.3)
Objectif global pour le SPC2	Protéger le patrimoine local
Objectif spécifique 2A	Assurer la protection et l'utilisation durable du patrimoine culturel et naturel lié à la culture de l'olive.
Objectif spécifique 2B	Enregistrer, documenter et numériser les moulins à huile traditionnels, les outils et

	<p>les monuments, dans le but de créer une base de données ouverte sur ce patrimoine culturel.</p> <p>Mettre en place des programmes pour la réutilisation et la restauration de sites traditionnels (ex. : anciens moulins à huile) à des fins culturelles et pédagogiques, intégrer des pratiques d'économie circulaire (recyclage matériel, utilisation de ressources naturelles).</p> <p>Développer des activités pédagogiques pour les jeunes et les visiteurs sur la valeur de l'olivier et son patrimoine culturel, dans l'optique d'un transfert de connaissance intergénérationnel.</p>
<b>Défi prioritaire sélectionné 3 (SPC3)</b>	(nom du défi, tel qu'il figure à la section I.3)
Objectif global pour le SPC3	Consommation de produits locaux
Objectif spécifique 3A	Promouvoir la consommation de produits locaux et traditionnels en tant que moyen de consolider l'économie locale et d'appliquer les principes de l'économie circulaire.
Objectif spécifique 3B	<p>Créer des synergies entre les organisations culturelles, les producteurs locaux et les entreprises du secteur de l'hôtellerie en vue de vendre des produits locaux (ex. : huile d'olive, savons, gastronomie traditionnelle) lors d'événements et dans des boutiques tout au long de l'itinéraire.</p> <p>Organiser des « Marchés locaux de l'olive » ou des « Journées gastronomiques » qui associeront des activités culturelles à la gastronomie durable et en réduisant l'empreinte environnementale.</p> <p>Créer un label « Partenaire de produit local et écologique » pour les partenaires engagés dans les pratiques de distribution et de production durables.</p>

Objectif spécifique 1A (Agrandissez le tableau à votre convenance.)

<p>Action à mettre en œuvre <b>(A1A)</b></p>	<p><b>« Plateforme numérique d'éco-itinéraire et carte interactive des Routes de l'olivier »</b></p> <p>Développer une plateforme numérique multilingue et une carte interactive présentant les Routes de l'olivier en tant qu'itinéraire culturel durable. La plateforme mettra en valeur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• des sites patrimoniaux clés, des musées, des moulins à huile et des producteurs locaux mettant en œuvre des pratiques durables ;</li> <li>• des itinéraires « verts » pour les randonnées, le vélo et l'éco-mobilité ;</li> <li>• des produits locaux et des événements liés à la culture de l'olivier ;</li> <li>• des supports pédagogiques et des bonnes pratiques liés à la durabilité et à l'économie circulaire.</li> </ul> <p>L'outil servira à la fois de <b>canal de communication</b> et d'<b>instrument de sensibilisation</b> pour les visiteurs et les communautés locales.</p>
<p>Période de mise en œuvre</p>	<p><b>Phase de préparation et de conception du projet</b> : janvier-juin 2026</p> <p><b>Mise au point et test du pilote</b> : juillet-décembre 2026</p> <p><b>Lancement et mises à jour régulières</b> : de 2027 à nos jours (expansion continue vers de nouvelles régions méditerranéennes)</p>

Parties prenantes à inclure	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Réseau et Fondation « Routes de l'olivier »</b> – coordination de projet et supervision de contenu</li> <li>• <b>Organisations culturelles et touristiques locales</b> (communes, musées, associations culturelles) – collecte de données et collaboration</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Universités et centres de recherche</b> – documentation et évaluations de la durabilité</li> <li>• <b>Sociétés TI et SIG</b> – développement de la plateforme et des outils de cartographie</li> <li>• <b>Producteurs locaux et entreprises du secteur de l'hôtellerie</b> – participation en tant qu' « éco-partenaires »</li> <li>• <b>ONG et organisations pédagogiques</b> – support pour la sensibilisation et les activités de formation</li> </ul>
Principal public cible de l'action	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Visiteurs et voyageurs</b> intéressés par le tourisme durable et culturel</li> <li>• <b>Producteurs locaux et communautés</b> impliqués dans l'Itinéraire</li> <li>• <b>Établissements d'enseignement</b> (écoles et universités) promouvant l'éducation environnementale</li> <li>• <b>Organismes du secteur du tourisme et de la gestion culturelle</b> cherchant à adopter des pratiques circulaires et durables</li> </ul>
Objectif spécifique 1B	
Action à mettre en œuvre <b>(A1B)</b>	
Période de mise en œuvre	

Parties prenantes à inclure	
Principal public cible de l'action	
Objectif spécifique 2A	
Action à mettre en œuvre <b>(A2A)</b>	<p>« <b>Numérisation et restauration durable de sites patrimoniaux de l'olivier</b> »</p> <p>Mise au point d'un programme pour illustrer, numériser et restaurer le patrimoine culturel et naturel</p>

	<p>lié à l'olivier. Le projet inclura :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'enregistrement numérique de moulins à huile traditionnels, d'outils et d'édifices patrimoniaux ;</li> <li>• la restauration durable de sites patrimoniaux, en appliquant des principes d'économie circulaire (réutilisation de matériaux, construction à faible impact environnemental, entretien écologique) ;</li> <li>• des activités et des ateliers pédagogiques pour transférer les connaissances portant sur le patrimoine de l'olivier aux jeunes générations et aux visiteurs.</li> </ul>
Période de mise en œuvre	<p><b>Documentation et planification :</b> janvier-juin 2026</p> <p><b>Numérisation et travaux de restauration pilote :</b> juillet 2026-décembre 2027</p> <p><b>Gestion et activités pédagogiques permanentes :</b> à partir de 2028</p>

Parties prenantes à inclure	Réseau et Fondation « Routes de l'olivier » – coordination et supervision  Collectivités locales et associations culturelles – support et accès au site  Universités et centres de recherche – documentation et numérisation du patrimoine  Sociétés de restauration et experts en conservation – travaux de réhabilitation durable
-----------------------------	---

	Écoles, ONG et communautés locales – participation à des activités pédagogiques
Principal public cible de l'action	Touristes et visiteurs culturels  Communautés locales et gardiens du patrimoine  Étudiants et établissements d'enseignement  Décideurs politiques et responsables culturels promouvant des pratiques patrimoniales durables
Objectif spécifique 2B	
Action à mettre en œuvre <b>(A2B)</b>	
Période de mise en œuvre	
Parties prenantes à inclure	
Principal public cible de l'action	
Objectif spécifique 3A	

<p>Action à mettre en œuvre <b>(A3A)</b></p>	<p><b>« Promotion et intégration de produits locaux à base d'olive dans l'éco-itinéraire »</b>  Développement d'initiatives en vue d'<b>augmenter l'utilisation et la visibilité des produits locaux</b> chez les visiteurs et au sein des communautés, en associant patrimoine, gastronomie et durabilité. Les activités incluront :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• une collaboration avec les producteurs locaux en vue de fournir des événements, des boutiques et des restaurants tout au long de l'itinéraire ;</li> <li>• l'organisation de « Marchés de l'olivier » et de « Journées gastronomiques » qui mettront en valeur des produits locaux et écologiques ;</li> <li>• le lancement d'un label <b>Partenaire de produit local et écologique</b></li> </ul>
--	---

	<p>destiné aux entreprises qui adoptent des pratiques de production durable et d'économie circulaire.</p>
<p>Période de mise en œuvre</p>	<p><b>Engagement et planification des parties prenantes</b> : janvier-mars 2026</p> <p><b>Événements pilotes et intégration produit</b> : avril-décembre 2026</p> <p><b>Mise en œuvre intégrale et promotion continue</b> : à partir de 2027</p>

<p>Parties prenantes à inclure</p>	<p>Réseau et Fondation « Routes de l'olivier » – coordination et promotion</p> <p>Producteurs locaux, coopératives et PME – fourniture de produits locaux</p> <p>Communes et associations culturelles – organisation d'événements et logistique</p> <p>Opérateurs touristiques et restaurants – intégration de produits dans les services</p> <p>ONG et organisations pédagogiques – promotion du développement durable et sensibilisation</p>
<p>Principal public cible de l'action</p>	<p>Visiteurs et touristes recherchant des expériences locales authentiques</p> <p>Entreprises et producteurs implantés localement</p> <p>Écoles et établissements d'enseignement pour des activités pédagogiques et de sensibilisation</p> <p>Responsables culturels et touristiques dont la fonction est de mettre en œuvre des pratiques durables</p>

Objectif spécifique 3B	
Action à mettre en œuvre <b>(A3B)</b>	
Période de mise en œuvre	
Parties prenantes à inclure	
Principal public cible de l'action	

## II.2. PUBLIC CIBLE

Identifiez les principaux publics cibles des actions axées sur la durabilité de votre Itinéraire culturel (ex. : les touristes, les communautés locales, les étudiants, les décideurs politiques) et décrivez comment l'itinéraire répond à leurs besoins et intérêts spécifiques. Veuillez remplir le tableau ci-dessous en précisant en quoi les actions mentionnées concernent chaque public.

--

Public cible	Besoins et réponses apportées
Touristes / Visiteurs	<p><b>Besoins</b> : rechercher des expériences authentiques associant culture, nature et produits locaux ; accès aux informations concernant des pratiques durables et des options écologiques.</p> <p><b>Réponses</b> : une plateforme numérique et une carte interactive (éco-itinéraire), de la documentation imprimée et numérique, un éco-passeport pour inciter à participer à des activités durables, la promotion de produits locaux et les itinéraires de randonnées « vertes » / à vélo.</p>

Communautés locales / Producteurs	<p><b>Besoins</b> : soutien économique et social pour le territoire ; préservation et promotion du patrimoine culturel et des traditions locales.</p> <p><b>Réponses</b> : collaboration avec les producteurs locaux, participation à des événements et des marchés, soutien aux pratiques de production durable, création d'un réseau d' « éco-partenaires » et formation sur les principes d'économie circulaire.</p>
Étudiants / Établissements d'enseignement	<p><b>Besoins</b> : opportunités pédagogiques dans l'apprentissage culturel et environnemental ; développement des compétences et de la compréhension des pratiques durables.</p> <p><b>Réponses</b> : ateliers pédagogiques, visites sur de sites patrimoniaux et de moulins à huile, programmes de sensibilisation à l'économie circulaire et au développement durable, outils numériques et contenus pour une utilisation en classe.</p>
Décideurs politiques / Autorités locales	<p><b>Besoins</b> : des outils pour concevoir des politiques durables et des stratégies culturelles ; soutien dans la gestion du patrimoine culturel et du tourisme ayant un faible impact environnemental.</p> <p><b>Réponses</b> : fourniture de données issues d'inventaires et d'évaluations, de documentation sur les bonnes pratiques, participation à des événements de réseautage et à des ateliers sur le développement durable et l'économie circulaire.</p>

Opérateurs touristiques et culturels	<p><b>Besoins</b> : amélioration des services et des expériences offerts au visiteur grâce à une approche durable ; développement de partenariats et promotion de pratiques innovantes.</p> <p><b>Réponses</b> : des recommandations sur les pratiques du développement durable, des labels écologiques pour les entreprises, la participation aux programmes de formations et de sensibilisation, le développement d'itinéraires thématiques associant culture et développement durable.</p>
--------------------------------------	---

### III.1 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Diagramme de Gantt

	Mois (Agrandissez le diagramme de Gantt à votre convenance.)											
Action	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	...
<b>A1A</b>	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
<b>A1B</b>					■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A2A</b>							■	■	■	■	■	■
<b>A2B</b>				■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>A3A</b>												
<b>A3B</b>												
...												

### III.2 STRATÉGIES DE SUIVI

Action	<p>Veillez décrire les outils et les méthodes que votre Itinéraire culturel emploiera pour évaluer les progrès et l'impact des actions proposées en matière de durabilité et d'économie circulaire, tels que les indicateurs clés de performance (ICP), les évaluations périodiques, les retours d'information de la communauté ou les audits externes. (Agrandissez le tableau à votre convenance.)</p>
<b>A1A</b>	<p><b>Indicateurs clés de performance (ICP)</b></p> <p><b>Indicateurs environnementaux :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduction de la consommation d'eau et d'électricité au cours des événements.</li> <li>• Pourcentage de déchets recyclés.</li> <li>• Utilisation des sources d'énergie renouvelable.</li> </ul> <p><b>Indicateurs sociaux :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de participants aux ateliers pédagogiques.</li> <li>• Consultations de la plateforme numérique et niveaux d'engagement.</li> <li>• Participation des producteurs locaux aux activités.</li> </ul>

	<p><b>Indicateurs économiques :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation des ventes et promotion des produits locaux.</li> <li>• Création de nouvelles collaborations entre les acteurs culturels et les entreprises.</li> </ul> <p><b>Indicateurs culturels :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de sites patrimoniaux enregistrés et numérisés.</li> <li>• Participation aux programmes de protection patrimoniale et de restauration.</li> </ul>
<b>A1B</b>	<p><b>Évaluations périodiques</b></p> <p>Rapports annuels de progression interne illustrant la mise en œuvre et l'évaluation des ICP.</p> <p>Évaluation bisannuelle de l'impact abordant les résultats sociaux, économiques et environnementaux.</p> <p>Évaluation comparative (benchmarking) avec d'autres Itinéraires culturels appliquant des pratiques durables.</p>
<b>A2A</b>	<p><b>Commentaires de la communauté</b></p> <p>Questionnaires et enquêtes en ligne ciblant des visiteurs, communautés locales et producteurs.</p> <p>Ateliers et réunions publiques pour discuter des questions, besoins et suggestions d'amélioration.</p> <p>Suivre les commentaires et l'engagement sur réseau social en tant qu'indicateurs.</p>
<b>A2b</b>	<p><b>Audits externes / Certifications</b></p> <p>4.1. Inspections par des organisations indépendantes (ex. : ECOLABEL, Green Label MED-Routes).</p> <p>4.2. Collaboration avec les centres de recherche pour mener des études d'impact environnemental, social et économique.</p> <p>4.3. Certifications de produit et service par le biais du label « Partenaire de produit local et écologique ».</p>
<b>A3A</b>	<p><b>Gestion intégrée des données</b></p> <p>5.1. Système centralisé de gestion des données destiné à compiler l'ensemble des résultats de suivi.</p> <p>5.2. Visualisation de la progression par le biais de tableaux de bord et de graphiques.</p> <p>5.3. Conception et mise en œuvre de mesures correctives en temps réel en vue d'améliorer l'efficacité.</p>