

**Interreg**



Cofinancé par  
l'Union Européenne  
Cofinanziato  
dall'Unione Europea

France – Italia ALCOTRA



Club de produit

# **PAYSAGE+ Aimable**

CAHIER DES CHARGES 2 :  
RESTAURATION

# CAHIER DES CHARGE

## *Club de Produit PAYSAGE+ Aimable*

<b>1. Définition.....</b>	<b>2</b>
<b>2. Participation.....</b>	<b>2</b>
<b>3. Objectifs et actions.....</b>	<b>3</b>
<b>4. Bénéfices pour les adhérents.....</b>	<b>4</b>
<b>5. Engagements des adhérents.....</b>	<b>6</b>
5.1 Engagements généraux.....	6
5.2 Communication digitale et participation au système.....	6
5.3 Accessibilité et inclusion.....	7
<b>6. Exigences générales.....</b>	<b>8</b>
6.1 Exigences de communication digitale.....	8
6.1.1 Principes de référence.....	8
6.1.2 Exigences numériques obligatoires.....	9
6.2 Exigences communes sur les thématiques bien-être et outdoor.....	10
<b>7. Exigences spécifiques.....</b>	<b>11</b>
A. RESTAURANTS - *BIKE*.....	11
7.A – Exigences obligatoires.....	11
B. RESTAURATION.....	12
7.B – Exigences obligatoires.....	12
<b>8. Gestion de l'adhésion au Club de Produit.....</b>	<b>14</b>
8.1 Adhésion.....	14
8.2 Cotisation.....	14
8.3 Rapports.....	14
8.4 Renonciation.....	14
8.5 Révocation.....	14
8.6 Litiges.....	15

## 1. Définition

Le **Club de Produit PAYSAGE+ Aimable** est constitué des entreprises touristiques du territoire transfrontalier adhérant au projet ALCOTRA PAYSAGE+ Aimable de la province de Cuneo, de la province d'Imperia et du département des Alpes-Maritimes, qui sont activement engagées dans la création d'une offre de qualité et dans la promotion du produit touristique de manière coordonnée et homogène.

Le Club est structuré par un règlement, qui contient les modalités d'adhésion, les catégories de membres, les exigences à respecter et les règles de fonctionnement interne : il définit des règles communes pour se distinguer sur le territoire avec des offres ciblées et de qualité, tout en représentant pour les touristes une garantie et une réponse à des besoins spécifiques avec des standards qualitatifs homogènes.

## 2. Participation

Le Club de Produit est organisé par catégories d'opérateurs et par domaines de spécialisation : il invite à participer les structures répondant aux exigences spécifiques des marchés identifiés comme objectifs du projet, en portant une attention particulière aux segments du cyclotourisme, des activités de plein air, des familles et du tourisme œnogastronomique.

Peuvent adhérer au Club de Produit les structures d'hébergement légalement reconnues et les activités de restauration, avec le soutien du chef de file Ente Turismo Langhe Monferrato Roero.

Ils doivent avoir leur siège et exercer leur activité sur le territoire du projet et garantir le respect des exigences de base, des équipements et des services obligatoires, comme indiqué dans ce cahier des charges.

La participation au Club de Produit est discrétionnaire ; les associations professionnelles ou autres formes d'agrégation d'opérateurs, quelle que soit leur forme juridique, ne sont donc pas admises.

L'adhésion se fait après présentation de la demande annexée au présent règlement, avec le remplissage de la fiche des exigences correspondantes.

Un opérateur peut demander son adhésion à différentes catégories, à condition de satisfaire aux exigences obligatoires correspondantes. Par exemple, un établissement d'hébergement peut demander à adhérer en tant que structure d'hébergement spécialisée « bike » et, en même temps, en tant que structure d'hébergement « family ».

### 3. Objectifs et actions

Construire un produit touristique transfrontalier lié aux thématiques suivantes :

- **Outdoor** : cyclotourisme, trekking, expériences slow.
- **Bien-être** : régénération, spiritualité et bien-être holistique.
- **œnogastronomie** : produits typiques, expériences authentiques et gastronomiques.
- **Famille** : vacances adaptées aux familles et aux différentes générations.
- **Accessibilité et inclusion** : tourisme ouvert à tous, attentif aux besoins spécifiques et à la diversité des voyageurs.

Les objectifs spécifiques sont :

- différencier l'offre touristique en la rendant compétitive et alignée avec les nouvelles tendances ;
- régénérer les territoires marginalisés grâce à l'implication des acteurs locaux et au dialogue entre zones côtières et intérieures ;
- développer des produits touristiques durables et utilisables toute l'année ;
- construire un récit partagé entre des territoires présentant des caractéristiques et des défis communs, notamment au niveau transfrontalier, afin de renforcer leur capacité à se promouvoir efficacement sur les marchés national et international ;
- améliorer les compétences des opérateurs touristiques afin d'offrir des expériences de qualité, capables de répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus consciente et en quête d'authenticité ;
- œuvrer pour une promotion et une diffusion homogènes et fluides de l'offre touristique.

Pour atteindre ces objectifs, les partenaires du projet s'engagent notamment à :

- proposer des formations avec des experts du secteur et des contenus spécialement conçus pour les opérateurs adhérents ;
- développer et mettre à jour le site web <https://paysaimables.eu/> avec une nouvelle interface dynamique : d'ici juin 2027 ;
- développer un carnet de voyage avec des avantages exclusifs pour ceux qui choisissent de vivre les expériences « PAYSAGE+ Aimable » : d'ici juin 2027 ;
- produire des audio-itinéraires présentant l'offre « PAYSAGE+ Aimable » selon l'approche du design for all : d'ici juin 2027 ;
- organiser un événement transfrontalier « Trail Plus Aimable » avec des étapes

se déroulant dans la zone italo-française (Monregalese, Imperiese et zone de Nice Métropole) : été 2027;

- organiser un « Workshop » italo-français sur le tourisme lent : septembre 2027 ;
- organiser un voyage de presse : octobre 2027.

## 4. Bénéfices pour les adhérents

L'adhésion au Club de Produit « PAYSAGE+ Aimable » engage les opérateurs dans un parcours commun de qualification de l'offre touristique transfrontalière. Le Club a pour objectif de construire un produit reconnaissable, cohérent et accessible, capable de relier les territoires côtiers, les zones intérieures, les paysages ruraux et montagneux, les expériences de plein air, le bien-être, la culture, l'œnogastronomie ainsi que des services accessibles à tous.

Pour les opérateurs adhérents, la principale valeur ajoutée réside dans la possibilité de travailler au sein d'un réseau structuré, fondé sur des standards communs, des outils partagés et des occasions d'échange avec d'autres acteurs publics et privés du territoire. L'adhésion permet de renforcer la qualité des services, d'améliorer la lisibilité de son offre, de développer de nouvelles collaborations et de contribuer à la création d'expériences touristiques intégrées, plus faciles à comprendre, à acheter et à vivre pour les visiteurs.

Les bénéfices prévus par le Club doivent donc être envisagés selon une double perspective : d'une part, le renforcement de chaque opérateur grâce à la formation, à l'accompagnement, à la visibilité et à l'accès à des outils communs ; d'autre part, la consolidation du système territorial à travers une offre plus coordonnée, accessible, durable et reconnaissable sur les marchés nationaux et internationaux.

À partir de cet objectif, l'adhésion au Club de Produit entraîne pour les opérateurs les avantages suivants :

- Développement des compétences grâce à des sessions de formation, à partir de l'automne 2026 : les adhérents bénéficient d'échanges de bonnes pratiques et d'activités de formation portant sur les compétences numériques, les standards de qualité, la connaissance des territoires, les tendances du marché, les outils de durabilité et d'inclusion, accélérant ainsi leur croissance professionnelle.
- Accès gratuit aux ressources nécessaires à l'amélioration de la qualité et de la compétitivité : coûts de promotion, de formation et présence sur les outils numériques.
- Stimulation de l'innovation des services et des produits, afin de répondre aux

attentes d'une clientèle toujours plus consciente et attentive à la qualité, mais également à un accueil authentique et aux relations avec les opérateurs.

- Accès au réseau d'opérateurs (services touristiques, collectivités publiques, consortiums, associations, opérateurs culturels et environnementaux), connaissance des caractéristiques des territoires du projet et possibilité de créer de nouvelles collaborations commerciales et de projet, y compris entre zones côtières et zones intérieures.
- Promotion coordonnée, homogène et fluide sur des marchés plus vastes que les marchés locaux ou régionaux. Les opérateurs adhérents bénéficient de campagnes de communication et d'actions partagées :
  - présence dans des catalogues et sur le portail web dédié <https://paysaimables.eu/> ;
  - présentation collective lors de salons et d'événements, de press tours et d'ateliers dédiés aux tour-opérateurs internationaux ;
  - participation au carnet de voyage avec des avantages exclusifs pour ceux qui choisissent de vivre les expériences « PAYSAGE+ Aimable » ;
  - intégration dans des initiatives visant à raconter l'offre « PAYSAGE+ Aimable » selon l'approche du design for all.
- Visibilité accrue : la marque commune « PAYSAGE+ Aimable » renforce l'attractivité et permet de se différencier.
- Attractivité renforcée de la destination, perçue par le touriste comme coordonnée, plus riche en expériences, plus accessible, plus authentique et de meilleure qualité.
- Capacité accrue à capter des flux touristiques étrangers et de nouveaux marchés, notamment des touristes intéressés par des expériences intégrées entre plusieurs territoires, autour de différentes thématiques : tourisme de plein air, tourisme culturel, œnogastronomie, cyclotourisme, tourisme lent et durable. Cela élargit la clientèle potentielle et favorise la désaisonnalisation.
- Compétitivité renforcée : grâce à l'accord conclu avec le tour-opérateur Fun Active, spécialisé dans le cyclotourisme, et grâce à la présentation du Club de Produit aux tour-opérateurs, se crée l'opportunité de construire des forfaits touristiques combinant hébergement, restauration, activités de plein air, transports, visites culturelles et expériences locales. Le produit résultant est plus compétitif et distinctif par rapport à une offre individuelle.
- Augmentation de la durée moyenne des séjours et des dépenses touristiques : l'offre intégrée entre différents territoires encourage des séjours plus longs et

une plus grande utilisation des services locaux.

- Renforcement du positionnement territorial : le club permet de construire une identité touristique commune forte et reconnaissable, en valorisant le patrimoine naturel, la culture alpine et méditerranéenne, les traditions, la mobilité douce et les itinéraires transfrontaliers.
- Développement durable et valorisation des zones montagneuses, rurales et marginales, favorisant une gestion partagée des flux touristiques, la désaisonnalisation et la valorisation des ressources locales.

## 5. Engagements des adhérents

Les membres doivent respecter les engagements suivants.

### 5.1 Engagements généraux

Les opérateurs adhérents s'engagent à partager les objectifs et à respecter les actions proposées par les partenaires du projet, en :

- Garantissant la fourniture de tous les services obligatoires requis par le règlement relatif à sa catégorie d'adhésion.
- Collaborant avec le réseau pour l'identification et la promotion de propositions expérientielles sur le territoire.
- Participant aux formations proposées aux opérateurs durant la période automne 2026 – printemps 2027.
- Participant aux « fam trip » sur les territoires pendant la formation (micro-visites structurées pour découvrir les territoires du projet et les autres opérateurs membres du Club de Produit).
- Participant aux actions de promotion et commercialisation du projet.

### 5.2 Communication digitale et participation au système

Les opérateurs adhérents s'engagent à contribuer activement au développement du système et à la qualité de la communication digitale du Club de Produit pendant toute la durée de leur adhésion. En particulier, ils sont tenus de :

- **Fournir des contenus digitaux** : fournir au Club des supports et contenus utiles à la promotion de l'offre (textes, images, informations actualisées), en garantissant la disponibilité des droits d'utilisation et en autorisant leur utilisation à des fins de communication et de promotion du projet.

- **Partager des données** : fournir, le cas échéant, des données agrégées relatives aux activités liées au Club (par exemple : fréquentation, participants, périodes d'affluence, provenance), à des fins de suivi et de développement du produit touristique.
- **Communiquer sur l'appartenance au Club** : rendre visible la participation au Club de Produit sur ses canaux digitaux et dans les espaces d'accueil, par exemple à travers :
  - l'utilisation du logo conformément aux lignes directrices du projet
  - la présence d'une section dédiée au Club sur le site web
  - l'indication de l'appartenance dans les descriptions des expériences et des services associés
  - la référence au projet dans les activités de communication en ligne
  - l'éventuelle utilisation de supports d'information ou de QR codes dans les points de contact avec le public.

### 5.3 Accessibilité et inclusion

Le projet PAYSAGE+ Aimable encourage les prestataires de services touristiques à connaître les spécificités d'une offre inclusive, à améliorer leur sensibilisation aux aspects liés au terme handicap et à comprendre quelles réponses peuvent être apportées aux différents besoins des visiteurs.

L'objectif est d'aider les établissements d'hébergement et les restaurants adhérant au Club de Produit, ainsi que tous les prestataires de services associés, à comprendre comment accueillir et accompagner les personnes ayant des besoins spécifiques d'accès et d'usage, qui nécessitent des services, des infrastructures et des informations conçus pour garantir autonomie, sécurité et inclusion.

Afin de garantir l'égalité des chances dans l'accès à l'expérience, le projet vise à orienter les opérateurs dans l'adoption de comportements et de normes adaptés à l'accueil de :

- personnes en situation de handicap moteur, sensoriel ou cognitif ;
- personnes âgées ;
- familles avec de jeunes enfants ;
- personnes ayant des besoins temporaires (blessures, grossesse, etc.)

Les opérateurs adhérant au Club de Produit sont donc invités à respecter les engagements suivants :

- **Participation obligatoire aux parcours de formation** : des formations dédiées

visant à développer des compétences en conception accessible et inclusive. Les parcours de formation se dérouleront à partir de l'automne 2026 et porteront notamment sur : les techniques et mesures pour accueillir des clients en situation de handicap et/ou ayant des besoins spécifiques, les outils de promotion et de communication du tourisme accessible, ainsi que des modalités efficaces d'approche et de relation avec les usagers.

- **Remplissage de la fiche d'auto-évaluation**, selon les modalités et les délais qui seront indiqués par l'organisation du projet, afin de suivre le niveau d'accessibilité et d'identifier d'éventuels axes d'amélioration.
- **Participation aux activités de sensibilisation, ateliers et séminaires organisés dans le cadre du projet**, destinés aux différentes catégories professionnelles (hôteliers, restaurateurs, opérateurs muséaux, accompagnateurs naturalistes, etc.), dans le but de concevoir et promouvoir une culture diffuse de l'accessibilité et de l'accueil inclusif dans le secteur touristique.

## 6. Exigences générales

Les membres du Club de Produit s'engagent à observer et respecter les exigences présentées dans les paragraphes suivants.

### 6.1 Exigences de communication digitale

L'évolution du secteur touristique met en évidence une intégration croissante entre l'expérience de voyage et la dimension numérique. Les modalités de recherche, de choix, de réservation et de consommation des expériences sont de plus en plus influencées par les outils digitaux, en particulier les dispositifs mobiles et les systèmes de recherche avancés.

Dans ce contexte, la qualité de la présence numérique des opérateurs constitue un élément essentiel pour la lisibilité de l'offre, l'accessibilité des informations et la compétitivité du territoire.

Le Club de Produit PAYSAGE+ Aimable considère donc la dimension numérique comme une composante intégrante de la qualité du produit touristique.

#### 6.1.1 Principes de référence

Les exigences numériques reposent sur les principes suivants :

- garantir une présence en ligne claire, à jour et accessible ;
- assurer la facilité de contact et de réservation des services ;

- fournir des informations complètes, véridiques et cohérentes avec l'expérience proposée ;
- rendre les contenus accessibles et compréhensibles au plus grand nombre de personnes ;
- favoriser la lisibilité et l'intégration de l'offre au sein du système du Club.

### 6.1.2 Exigences numériques obligatoires

Tous les opérateurs adhérant au Club de Produit doivent satisfaire aux exigences suivantes.

- **Présence en ligne minimale** : disposer d'espaces numériques officiels présentant clairement son activité ou l'expérience proposée. En particulier :
  - un site web, une application ou une page numérique structurée doit être présent(e), contenant au moins :
    - description des services ou des expériences
    - horaires ou périodes d'ouverture
    - modalités d'accès ou de réservation
    - contacts officiels
    - indications de localisation
  - au moins un canal social officiel doit être actif (profil Instagram, page Facebook, etc.)
- **Accessibilité numérique** : garantir que les informations numériques soient facilement trouvables, compréhensibles et utilisables. En particulier :
  - les contenus doivent être présentés de manière claire, lisible et structurée ;
  - un langage simple et compréhensible doit être utilisé ;
  - les barrières informationnelles évidentes doivent être évitées ;
  - les informations principales doivent être disponibles sous forme textuelle ;
  - les informations relatives à l'accessibilité des services et des espaces doivent être clairement indiquées.
- **Réservation et contact** : permettre un contact numérique direct de la part des utilisateurs. Au moins l'un des outils suivants doit être présent :
  - adresse e-mail officielle
  - numéro de téléphone
  - formulaire de contact en ligne
  - système de demande ou de réservation en ligne

La possibilité de demander des informations ou de réserver des services de manière simple doit être garantie.

- **Cohérence et qualité des contenus numériques** : garantir que les informations publiées en ligne soient
  - à jour et correctes
  - cohérentes avec les services réellement proposés
  - claires et non trompeuses

Les images doivent représenter de manière authentique les lieux, les services et les expériences.

La communication doit être cohérente avec les valeurs du projet et le positionnement du Club de Produit.

- **Cohérence par rapport aux thématiques du Club** : garantir que les contenus numériques décrivent clairement les caractéristiques de l'expérience en lien avec leur domaine thématique. En particulier, lorsque cela est applicable :
  - pour l'outdoor : informations sur les parcours, la durée et le niveau de difficulté
  - pour la famille : indications sur l'adéquation pour les familles et les enfants
  - pour l'aérogastonomie : valorisation des produits typiques et du lien avec le territoire
  - pour le bien-être : description des activités et des soins
  - pour l'accessibilité : informations sur l'utilisation des espaces et des services

## 6.2 Exigences communes sur les thématiques bien-être et outdoor

La thématique du bien-être constitue un élément transversal et fondamental pour tous les acteurs participant au projet. Elle ne se configure pas comme un domaine sectoriel spécifique, mais plutôt comme un principe directeur qui oriente de manière intégrée les activités, les services et l'offre globale de chaque opérateur.

Dans ce contexte, le bien-être est entendu dans un sens large et multidimensionnel — physique, psychologique et social — et constitue une référence commune à des réalités diverses par typologie, dimension et contexte territorial. Le bien-être est en effet envisagé dans son acception la plus large : se sentir bien et faire en sorte que les visiteurs se sentent bien.

Parallèlement, les spécificités du monde outdoor indiquées par le projet PAYSAGE+ Aimable, telles que la qualité de l'environnement naturel, la durabilité et la pratique lente de la nature, le respect des communautés locales et de l'écosystème, contribuent à définir un cadre de référence unitaire. L'intégration entre bien-être et outdoor renforce en effet la capacité du projet à répondre de manière innovante aux besoins des publics, en cohérence avec le respect des identités territoriales, en promouvant des expériences significatives et inclusives.

Par conséquent, la combinaison entre la dimension du bien-être et les caractéristiques propres à l'outdoor constitue un ensemble d'exigences d'ordre général que toutes les structures adhérentes sont appelées à posséder et à garantir. Ces exigences représentent la base commune sur laquelle construire le Club de Produit.

Les adhérents au Club de Produit sont invités à :

- garantir un environnement accueillant ;
- fournir des informations claires et actualisées sur les offres et les services disponibles : description des activités, des équipements et des soins proposés, informations sur l'accessibilité et l'utilisation des espaces et des services ;
- répondre de manière détaillée au formulaire qui vous sera envoyé après votre inscription au Club de Produit, en particulier dans la section relative aux Équipements / Services présents dans la structure, en indiquant les services et les équipements disponibles, afin de compléter les informations sur les caractéristiques spécifiques de chaque adhérent, qui seront utilisées dans les actions de communication et de promotion.

## 7. Exigences spécifiques

Outre les exigences générales obligatoires établies ci-dessus, les opérateurs du Club de Produit doivent satisfaire aux exigences spécifiques indiquées dans les paragraphes suivants, en fonction de la catégorie/thématique pour laquelle ils souhaitent adhérer.

### A. RESTAURANTS - \*BIKE\*

#### 7.A – Exigences obligatoires

L'établissement respecte toutes les exigences suivantes :

- Équipement de supports pour vélos (râteliers) dans un espace ouvert ou fermé, à condition qu'il s'agisse d'un stationnement sécurisé pendant la pause.

- Kit de réparation pour petites pannes de vélo (clés, pompe, démonte-pneus, rustines, colle).
- Raccordement électrique pour vélos : possibilité de recharger les vélos électriques (e-bike) sur une prise sécurisée.
- Raccordement électrique pour téléphone et GPS pendant la pause.
- Documentation et informations sur les itinéraires : matériel informatif papier ou numérique préparé par les offices de tourisme du territoire.
- Nombre minimum de produits locaux au menu. Au moins 3 produits locaux doivent être présents, réalisés localement ou selon des pratiques traditionnelles régionales, utilisés de manière stable tout au long de l'année. Les Produits transformés locaux sont autorisés parmi (liste non exhaustive) :
  - fromages
  - charcuteries
  - conserves
  - produits de boulangerie
  - produits végétaux transformés ou fermentés.
- Le restaurant doit être en mesure d'indiquer :
  - l'origine géographique des produits ;
  - le type de production (agricole, artisanale).
- Service rapide et accessible, sans nécessité de réservation stricte.

## B. RESTAURATION

### 7.B – Exigences obligatoires

- **Le restaurant doit garantir une présence structurelle et mesurable de produits du territoire.** Les produits industriels standardisés ne peuvent pas constituer l'élément clé du menu. **Au moins 40 % des produits** servis ou utilisés (en valeur ou en quantité) doivent être constitués de :
  - produits du territoire du projet
  - produits traditionnels régionaux cohérents.

Les produits industriels standardisés ne peuvent pas constituer la base du menu.

- **Circuit court et traçabilité minimale.** Au moins 3 produits locaux identifiables doivent être présents, fabriqués localement ou selon des pratiques traditionnelles régionales, et utilisés de manière régulière tout au long de l'année. Ils doivent provenir :

- d'exploitations agricoles familiales ;
- d'une filière locale de transformation ;
- de consortiums ou de coopératives locales ou régionales.

Les Produits transformés locaux sont autorisés parmi :

- fromages
  - charcuteries
  - conserves
  - produits de boulangerie
  - produits végétaux transformés ou fermentés.
- **Nombre minimum de plats territoriaux.** Le menu doit inclure **au moins 4 plats** valorisant explicitement des produits locaux ou régionaux. Les plats doivent être :
    - clairement identifiables dans le menu
    - présents de manière continue (sauf rotation saisonnière).
  - **Saisonnalité du menu.** Le menu doit comporter périodiquement **au moins trois propositions** respectant la saisonnalité des matières premières :
    - des plats saisonniers doivent être identifiables pour chaque période
    - une offre fixe identique toute l'année est exclue.

Cohérence produit-saison. Il est interdit de proposer de manière systématique:

- des ingrédients frais hors saison
  - des plats non cohérents avec la période.
- **Lisibilité pour le client.** Le menu doit rendre lisible la dimension territoriale à travers indication écrite ou numérique indication de:
    - l'origine géographique des produits ;
    - le type de production (agricole, artisanale).
    - plats régionaux.

Le client doit pouvoir comprendre ce qui est local et pourquoi.

Aucune certification formelle n'est requise, mais une connaissance réelle et vérifiable est attendue.

- Accueil attentif et respectueux des besoins des **familles**.
- Présence de chaises hautes à table et d'une table à langer dans l'espace sanitaires.
- Menu dédié aux enfants avec des produits adaptés (par exemple, des premiers plats à base de pâtes avec des formats appropriés, accompagnés

d'un choix d'assaisonnements simples, tels que de l'huile d'olive vierge extra seule et/ou du beurre de montagne, ou encore des pâtes à la sauce tomate).

- **Mise à disposition d'un doggy bag** pour emporter les restes.

## 8. Gestion de l'adhésion au Club de Produit

### 8.1 Adhésion

Les structures et les professionnels qui souhaitent adhérer au Club de Produit « PAYSAGE+ Aimable » doivent en faire la demande en complétant le formulaire de candidature et la fiche des exigences.

Chaque année, les membres du Club de Produit seront invités à remplir à nouveau la fiche des exigences, afin de vérifier le maintien et/ou l'amélioration de celles-ci.

### 8.2 Cotisation

L'adhésion au Club de Produit "PAYSAGE+ Aimable" est gratuite.

### 8.3 Rapports

Pour l'élaboration des stratégies, l'évaluation des actions entreprises et à des fins exclusivement statistiques, des données générales sur l'évolution des réservations liées au Club de Produit seront demandées.

### 8.4 Renonciation

Les structures adhérentes ont le droit de renoncer à tout moment à leur adhésion au Club de Produit « PAYSAGE+ Aimable ». La renonciation devra être transmise par e-mail et entraînera la suppression du site web ainsi que l'exclusion de toutes les actions promotionnelles du Club de Produit, ainsi que l'interdiction d'utiliser le logo.

### 8.5 Révocation

La perte des exigences de base, des équipements et des services obligatoires indiqués dans le règlement d'adhésion, l'absence de collaboration active aux initiatives ou le non-respect des demandes du Club de Produit peuvent entraîner l'exclusion du Club de Produit.

L'exclusion sera communiquée à la structure concernée par e-mail.

## 8.6 Litiges

La résolution des litiges pouvant survenir entre les adhérents du Club et leurs clients concernant les exigences de base, les équipements et les services obligatoires requis, ainsi que les règles de conduite contenues dans le présent Code, est confiée à la proposition de conciliation du Défenseur du Touriste, auquel devra être adressée la réclamation du client, dûment motivée.

À cet égard, la procédure suivie par le Défenseur du Touriste sera la suivante :

- convocation – y compris immédiate dans les cas urgents – des parties ;
- règlement du litige en cas d'accord entre les parties ou d'acceptation d'une proposition de conciliation formulée par le Défenseur du Touriste ;
- en cas de refus par l'adhérent de la proposition de conciliation, le Défenseur du Touriste, après avoir recueilli l'avis du représentant de la catégorie concernée, adopte une décision sans appel sur le litige, à laquelle l'adhérent devra obligatoirement se conformer ;
- en cas de non-respect par l'adhérent, le Défenseur du Touriste :
  - rédige et remet au client un procès-verbal de la rencontre ;
  - signale les faits à la catégorie d'appartenance ;
  - prononce, à titre de sanction, un avertissement écrit et, dans les cas les plus graves, décide de l'exclusion de l'adhérent du Club de Produit.



REPUBBLICA ITALIANA



PROVINCIA DI CUNEO



REGIONE PIEMONTE



MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA AGRICOLTURA CUNEO



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA AGRICOLTURA ALPES DE HAUTE SAVOIE



CCNICE CÔTE D'AZUR

Au cœur de votre histoire



CMA VALLE D'AOSTA



LANGHE MONFERRATO ROERO

The World of Superiore



ATL

ALPES