

Interreg



Cofinancé par
l'Union Européenne
Cofinanziato
dall'Unione Europea

France – Italia ALCOTRA



Club de produit

PAYSAGE+ AIMABLE

QUESTIONS FRÉQUENTES

Questions fréquentes

Club de Produit PAYSAGE+ Aimable

Adhésion au Club

Puis-je demander à adhérer en tant qu'établissement touristique actif sur plusieurs produits / thématiques ?

Oui, un établissement touristique peut demander à adhérer à plusieurs catégories différentes s'il remplit les critères obligatoires : par exemple, il peut être à la fois un établissement « bike » et un établissement « family ».

Un B&B ou une maison de vacances non professionnelle peut-il adhérer au Club de Produit ?

Non. Seuls les établissements touristiques disposant d'un numéro de TVA peuvent adhérer.

Que signifie « Défenseur du Touriste » ?

Le Défenseur du Touriste est l'ETLMR (Office du Tourisme Langhe Monferrato Roero), en tant que responsable du Club de Produit. Les touristes peuvent s'adresser à l'ETLMR pour signaler tout non-respect des critères du Club de Produit par un opérateur adhérent. L'ETLMR joue également le rôle de responsable du traitement des données personnelles dans le cadre des procédures concernées.

Accessibilité

Que signifie l'accessibilité dans le projet Paysage Plus_Aimable ?

L'accessibilité est comprise comme la capacité de rendre services, expériences et informations utilisables par le plus grand nombre possible de personnes, y compris celles ayant un handicap permanent ou temporaire, des besoins spécifiques, des familles avec enfants, des personnes âgées et des personnes avec des besoins particuliers.

Quelles sont les obligations spécifiques pour les opérateurs adhérant à la thématique Accessibilité/Inclusion ?

Les opérateurs doivent : participer aux formations prévues par le projet ; remplir la fiche d'auto-évaluation de l'accessibilité ; participer aux actions de sensibilisation, ateliers et séminaires organisés dans le cadre du projet.

Qu'est-ce que la fiche d'auto-évaluation ?

C'est un outil permettant à l'opérateur de décrire de manière structurée son niveau d'accessibilité, en mettant en évidence ses points forts et les axes d'amélioration possibles. Les données recueillies contribueront au suivi et au développement de l'offre touristique inclusive.

Est-il obligatoire de réaliser des travaux structurels pour adhérer ?

Pas nécessairement. Le règlement exige avant tout de la prise de conscience, de la transparence et une volonté d'améliorer progressivement le niveau d'accessibilité. Les interventions structurelles peuvent représenter une opportunité d'amélioration, mais ne constituent pas une obligation générale.

Quelles informations sur l'accessibilité doivent être publiées en ligne ?

Les opérateurs doivent indiquer clairement les informations relatives à l'accessibilité des espaces et des services, afin que les visiteurs puissent connaître à l'avance les éventuelles facilités ou limitations existantes.

Communication digitale

Que signifie rendre les informations accessibles en ligne ?

Cela signifie publier des contenus faciles à trouver, à lire et à comprendre. Les informations principales doivent être disponibles en format textuel, rédigées dans un langage clair et organisées de manière structurée. Il faut éviter les barrières informationnelles évidentes, comme des textes uniquement intégrés dans des images, des pages sans contacts, des indications incomplètes ou des descriptions trop générales. Les informations relatives à l'accessibilité des espaces et des services doivent également être clairement indiquées.

Après l'adhésion, dois-je mettre à jour régulièrement mes contenus numériques ?

Oui. L'adhésion ne concerne pas seulement le moment de la candidature : pendant toute la durée de participation au Club, l'opérateur s'engage à maintenir les informations en ligne à jour et exactes. Cela concerne les horaires, services disponibles, modalités de contact, offres, images, informations sur l'accessibilité et contenus liés aux thématiques du Club.

Comment dois-je communiquer en ligne mon appartenance au Club de Produit ?

L'appartenance au Club doit être visible sur les canaux numériques de l'opérateur et, lorsque cela est pertinent, également dans les espaces d'accueil. Elle peut être indiquée à l'aide des logos, modèles et lignes directrices fournis aux opérateurs adhérents. Les modalités de communication peuvent inclure une section ou page dédiée sur le site web, des références dans les descriptions d'expériences et de services, des contenus en ligne spécifiques ou des supports d'information avec QR code sur les points de contact avec le public.

Avoir uniquement une page Facebook ou Instagram est-ce suffisant ?

Non, un réseau social seul ne suffit pas s'il ne permet pas de trouver clairement toutes les informations exigées par le règlement. Le social peut compléter la présence numérique, mais l'opérateur doit disposer d'un espace structuré où les informations principales sont faciles à consulter, à jour et organisées.

Est-il obligatoire d'avoir un système de réservation en ligne ?

Non, il n'est pas obligatoire d'avoir un moteur de réservation ou un système de e-commerce. Toutefois, il est nécessaire de faciliter le contact numérique direct. Au moins un outil doit être disponible : email officiel, numéro de téléphone, formulaire de contact en ligne ou système de demande/réservation en ligne. L'objectif est de permettre aux utilisateurs de demander des informations ou de réserver facilement.

Quelles caractéristiques doivent avoir les photos et contenus numériques ?

Les images doivent appartenir à l'opérateur et représenter de manière authentique les lieux, services et expériences, sans créer d'attentes différentes de la réalité. Les contenus fournis au Club (textes, images, fiches descriptives, informations actualisées et autres éléments de communication) peuvent être utilisés à des fins de promotion et de valorisation du projet. À ce titre, l'opérateur garantit en être propriétaire ou disposer des droits nécessaires d'utilisation, reproduction, publication et diffusion. Si certains contenus nécessitent des crédits obligatoires, l'opérateur doit le signaler.

Pour adhérer au Club, dois-je obligatoirement avoir un site web ?

Le règlement exige une présence en ligne officielle et structurée. Il suffit de disposer d'au moins un des outils suivants : site web, application, fiche Google My Business gérée ou page web structurée. L'outil doit contenir les informations essentielles : description des services ou expériences, horaires et périodes d'ouverture, modalités d'accès et de réservation, contacts officiels et localisation. Au moins un canal social officiel actif (Instagram ou Facebook, par exemple) est également requis.

Quels types d'informations dois-je publier en ligne ?

Les informations doivent être correctes, à jour et cohérentes avec les services réellement proposés. En plus des informations pratiques, il est utile de décrire clairement le lien avec les thématiques du Club : par exemple, parcours, durée et difficulté pour l'outdoor ; services adaptés aux familles ; produits typiques et lien avec le territoire pour l'oénogastronomie ; activités et soins pour le bien-être ; accessibilité des espaces et services.

Bike

Que signifie « restaurants bike » ?

Il s'agit de lieux « bike-friendly », c'est-à-dire des points de restauration situés le long de pistes cyclables ou d'itinéraires naturels, équipés pour accueillir les cyclistes.

Oénogastronomie

Que signifie « produit local » dans le Club de Produit Paysage+ Aimable ?

Un produit local est un produit agricole ou transformé produit dans la zone de référence de l'opérateur. Il peut aussi être historiquement lié au territoire, appartenir à la tradition alimentaire locale ou régionale, ou être reconnu comme une expression identitaire du

lieu. Aucune certification formelle n'est obligatoire, mais le produit doit présenter un lien réel, compréhensible et vérifiable avec le territoire.

Combien de produits locaux doivent être présents dans l'offre des hébergements touristiques ?

Les établissements avec petit-déjeuner ou restauration doivent garantir au moins 3 produits locaux identifiables et utilisés de manière stable tout au long de l'année.

Combien de produits locaux doivent être présents dans la restauration ?

Les restaurants doivent garantir qu'au moins 40 % des ingrédients principaux proviennent du territoire du projet (zones du Cuneo, Imperia et Alpes-Maritimes) ou de produits régionaux cohérents ; ils doivent également proposer au moins 4 plats valorisant clairement des produits locaux ou régionaux. En outre, au moins 3 produits doivent provenir de circuits courts.

Comment informer les clients sur les produits locaux ?

La présence de produits locaux doit être clairement indiquée via les menus, fiches d'information, supports numériques, QR codes ou autres outils accessibles. Le client doit pouvoir comprendre quels produits sont locaux, leur origine, leur type de production et leur lien avec le territoire. L'objectif n'est pas seulement d'intégrer des produits locaux dans l'offre, mais de les rendre reconnaissables et compréhensibles.

Faut-il des certifications officielles pour déclarer un produit local ?

Non. Le règlement ne requiert pas de certification formelle. En revanche, une connaissance réelle et vérifiable du produit est nécessaire : origine, producteur, lien avec la tradition locale, continuité d'utilisation et cohérence de l'offre. Autrement dit, le label importe moins, et ce qui compte davantage, c'est la capacité de démontrer et de raconter le lien entre le produit, la filière et le territoire.

Family

Que signifie le tourisme Family dans le projet Paysage Plus_Aimable ?

Le tourisme Family désigne une offre touristique conçue pour accueillir et répondre aux besoins des familles avec enfants de différents âges, en favorisant des expériences partagées, la sécurité, le confort et la flexibilité organisationnelle.

Faut-il être un hôtel familial pour adhérer ?

Non. Aucune classification spécifique n'est requise. Cependant, il est nécessaire de respecter les critères obligatoires définis par le règlement pour le segment Family.

Quelles installations pour enfants doivent être disponibles ?

L'établissement doit pouvoir mettre à disposition : table à langer, barrières de lit sur demande, chauffe-biberon, poubelle à couches, possibilité d'ajouter un lit bébé ou un lit supplémentaire.

Interreg



Cofinancé par
l'Union Européenne
Cofinanziato
dall'Unione Europea

France – Italia ALCOTRA



PAYSAGE+

Aimable

Comment améliorer l'accueil Family sans grands investissements ?

Quelques actions simples peuvent faire la différence : informations dédiées aux familles ; petit espace de jeux ; kits pour enfants ; horaires de repas flexibles ; formation du personnel à l'accueil des familles.

Quel est le principal avantage de l'adhésion au segment Family ?

Intégrer un réseau valorisant une offre coordonnée et reconnaissable, augmentant la capacité à attirer des familles en quête d'expériences authentiques, sûres et adaptées à toutes les générations.



REGIONE LIGURIA



PROVINCIA di CUNEO
Medaglia d'oro al Valore Civile



COMUNITÀ DELLA RIVIERA FRANCESE



MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR



CAMERA DI COMMERCIO CUNEO



CAMERA DI COMMERCIO RIVIERE DI LIGURIA
IMPERIA LA SPEZIA SAVONA



CCI NICE CÔTE D'AZUR
Au cœur de votre histoire



Chamber Métiers Artisanat
PROVINCIA DI CUNEO



LANGHE MONFERRATO ROERO
The Home of BuonVivere



ATL
Azienda Turistica Locale del Cuneese