



## WEBINAIRE PROCESSUS DE LABELLISATION DES PR : QUELLES PRATIQUES & QUEL AVENIR ? 20 MAI 2025 – 11H/12H

### Destinataires

- ◆ Les Commissions Sentiers Itinéraires, CODIR, Direction, Direction technique.
- ◆ En copie : présidents de comités, adresses génériques des comités, managers, services APSI, DRVA.

\*\*\*

Un webinaire sur la **Labellisation des itinéraires PR** qui a réuni environ 70 personnes s'est tenu le mardi 20 mai 2025. L'objectif de cette visio était de rendre compte des **résultats de l'enquête sur la Labellisation de PR** qui avait été transmise au réseau en février et d'échanger sur **l'avenir de cette procédure fédérale**. En effet, plus de 10 ans après le lancement de la labellisation des itinéraires PR, nous avons cherché à savoir comment ce processus s'organisait dans les comités. Le webinaire s'est conclu autour d'un **temps d'échange sur les perspectives d'évolution** de ce dispositif tenant compte des retours formulés par les comités.

### Intervenants :

- ◆ Christophe BILLARD, président de la commission nationale des sentiers itinéraires et vice-président fédéral
- ◆ Valérie LECURIEUX, responsable du service Aménagement & Protection des Sentiers & des Itinéraires (APSI)
- ◆ Astrid ANDERSEN, chargée de mission au sein du service APSI

### Contenus

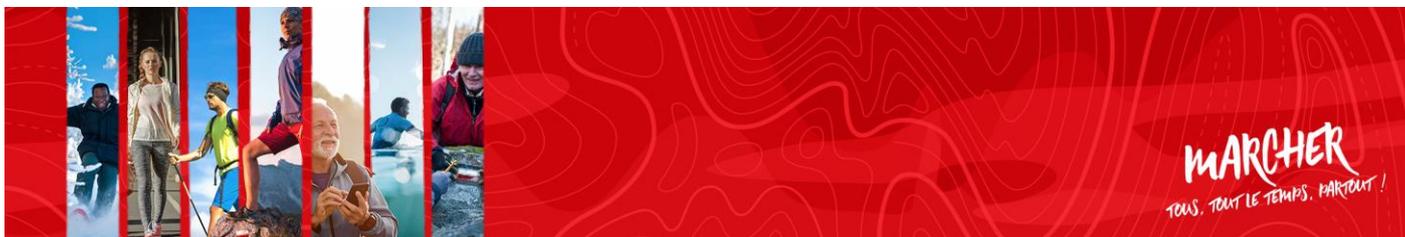
- ◆ Support de présentation [PowerPoint](#)
- ◆ Lien vers le [replay](#)

### S'engager dans une démarche de labellisation des PR

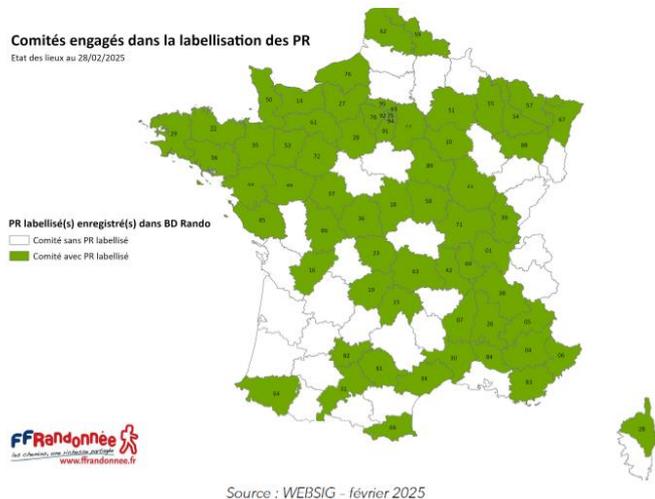
- ◆ L'enregistrement des itinéraires labellisés est réalisé par Astrid ANDERSEN au national.
- ◆ Pour plus d'informations sur le processus de labellisation (mode d'emploi et ressources), consultez la [boîte à outils CSI](#) ou contactez [labellisationpr@ffrandonnee.fr](mailto:labellisationpr@ffrandonnee.fr)

### La labellisation, pour quoi faire ?

- Pour le **randonneur**, la labellisation représente un gage de qualité.
- Pour le **demandeur** (collectivité territoriale ou locale, structure institutionnelle touristique ou environnementale, association de promotion et d'animation du territoire...), le label représente une plus-value et devient dès lors un outil promotionnel et de communication pour valoriser et exploiter l'itinéraire.
- Pour le **comité**, le Label renforce sa qualité d'expert des itinéraires et donc participe à son développement. Des retombées économiques sont à attendre du Label qui doit être perçu comme le fruit d'une prestation.
- Pour la **Fédération**, c'est une opportunité d'élargir son domaine d'action, sa zone d'influence, et également accroître sa notoriété en attestant la qualité des itinéraires. En effet, en tant que structure agréée par le ministère des Sports, la Fédération se doit d'édicter des règles et des normes techniques pour mettre à la disposition du public un réseau d'itinéraires de qualité.



## Photographie du nombre de comités engagés dans la labellisation



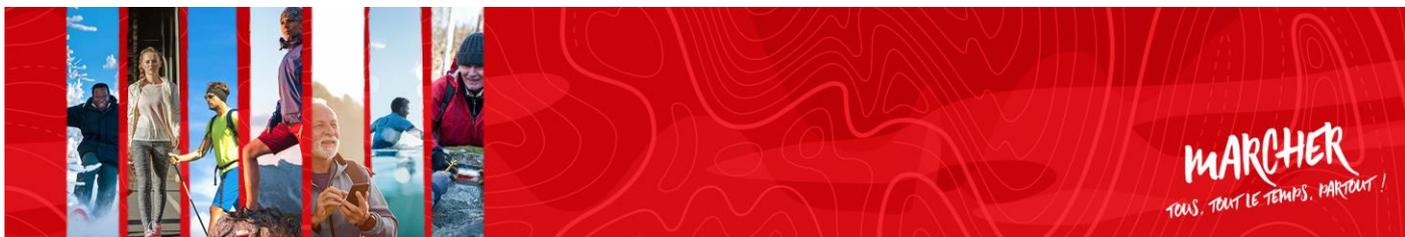
Attention, certains labels n'ont pas forcément été renouvelés ou n'ont pas été retirés. Les données peuvent être biaisées. Nous invitons les comités à mettre à jour leur base en se rapprochant du service APSI du siège fédéral.

Si des disparités sont présentes entre les territoires en matière d'adhésion au processus de labellisation fédérale, l'enquête nous a permis de mieux les pratiquer des comités.

## Les grands résultats de l'enquête

- 78 personnes ont répondu au questionnaire, soit 59 comités différents parmi lesquels 71% sont engagés dans le processus de labellisation fédérale.
- Parmi les comités qui n'utilisent pas la procédure fédérale, les principales raisons sont les suivantes : pas de demande de tiers, manque de moyens humains, ne voient pas la plus-value apportée, par manque de connaissance.
- Le comité impulse généralement la démarche de labellisation : il est force de proposition auprès des collectivités ou réalise la labellisation sur des itinéraires qu'il gère lui-même.
- Lorsqu'il agit avec un tiers, il s'agit le plus souvent de communautés de communes, de structures touristiques de communes, puis de conseils départementaux.
- La convention porte le plus souvent sur un projet global (création, valorisation, expertise) que sur une simple labellisation fédérale.
- Selon les comités les tiers ont généralement recours à la labellisation car c'est un gage de qualité, pour bénéficier de la communication de la FFRandonnée, pour la notoriété, pour son gage de sécurité, pour appartenir à la communauté FFRandonnée.
- Dans la majorité des cas c'est une prestation de service rémunérée.
- Près de la moitié des répondants considèrent que 5 ans est la durée de validité idéale pour le label.
- Une dé-labellisation déclenchée automatiquement à l'échéance des 5 ans avec alerte automatique est une bonne idée pour la plupart des répondants.
- Les PR labellisés devraient davantage être valorisés dans MaRando.
- Les labels départementaux sont parfois des concurrents du label fédéral, mais lorsque les deux coexistent (chez 38% des répondants), le comité a recours au label fédéral.

Pour plus de détails, consultez le [support de présentation](#).



## Les objectifs aujourd'hui

- ◆ Favoriser l'adhésion des demandeurs et répondre aux besoins des comités
- ◆ Développer les actions de valorisation et de visibilité du label fédéral sur les supports de publication
- ◆ Alléger le processus de labellisation, faciliter la tâche des comités et créer un outil de suivi
- ◆ Etudier les modalités pour glisser vers quelque chose de plus normalisé / certifié

L'état des lieux a amené vers **plusieurs pistes de réflexion** : une grille d'évaluation revisitée, de nouveaux critères, un nouveau mode de collecte (par exemple numérique), un meilleur accompagnement, une meilleure valorisation ... Des **temps d'échange** par **petits groupes** seront organisés pour travailler sur ces sujets stratégiques en vue d'améliorer le processus de labellisation.

## Temps d'échanges sur quelques thématiques variées :

- ◆ **Alerte automatique** : avertir les comités de l'échéance proche de validité des PR labellisés en deux temps (ex : 1 an, puis 6 mois avant l'échéance) afin d'anticiper les constructions de budget et/ou travaux.
- ◆ **Affichage des PR labellisés sur les cartes IGN**, notamment du scan 25. → Retravailler sur ce sujet.
- ◆ **Archivage** : les fiches d'enregistrement signées par le national sont présentes dans la [Boîte à Outils CSI](#), chapitre Labellisation, onglet « Fiches Enregistrées » (depuis 2023), dans le [Websig](#), dans la fiche identitaire, onglet « Document » (depuis 2020). Pour tout document antérieur à ces dates, veuillez-vous rapprocher d'Astrid ANDERSEN.
- ◆ Les **PDIPR** sont hétérogènes d'un département à un autre ainsi il est compliqué d'avoir une seule réponse à apporter sur le lien entre PDIPR et labellisation des PR.
- ◆ **Open Data** et publication des itinéraires → ce sujet fera l'objet d'un cadrage en interne.
- ◆ Le **retrait des labels** pourrait effrayer certaines collectivités - le retrait automatique des labels à l'issue de 5 ans peut être perçu comme une menace pour des collectivités qui rémunèrent les comités → Attention, à ce que cette action ne soit pas contre-productive. L'anticipation avec une alerte à N-1 puis M-6 pourrait être une solution, tout comme l'allègement de la procédure (documentation par exemple).
- ◆ **Révision des critères** : pourcentage de bitume (30%)
- ◆ **Tarifification** : la question du coût reste un élément important pour les comités - un travail est en cours en collaboration avec le service Développement des Comités et de la Vie Associative. La région PACA dispose d'une grille tarifaire qui inspire certains départements pour fixer leurs tarifs de labellisation.
- ◆ **Collecte** : des interrogations liées l'articulation entre la collecte des habillages et les expertises terrain, notamment les phases de contrôle, pour alimenter le WebSIG.
- ◆ **Autres labels** : l'existence de labels départementaux dessert la valorisation de la labellisation dans certains départements. Lorsqu'une telle concurrence existe, le comité peut toutefois vendre des prestations d'expertise plutôt que des prestations de Labellisation.
- ◆ **Valorisation** : le balisage jaune n'est pas systématiquement et naturellement associé à la Fédération Française de la Randonnée Pédestre, lorsque le rouge et le blanc des GR<sup>®</sup> l'est. Il est donc nécessaire de mettre en avant la labellisation dans MaRando<sup>®</sup> mais aussi sur les supports papiers ( ex : Randofiches) + Travailler sur l'argumentaire de vente pour les collectivités et pour les comités.

- ➔ **Organisation de plusieurs petits groupes de travail sur différents sujets stratégiques.**
- ➔ **Ne pas hésiter à se rapprocher d'Astrid ANDERSEN si vous êtes intéressé(e)s pour participer à certaines réflexions.**
- ➔ **Echéance du travail de réflexion : fin de l'année 2025.**