

Les buts de la marque Tourisme de Terroir



Dans le cadre de la marque collective "Tourisme de Terroir®" en Vignoble Gaillacois la fédération peut agir dans les domaines du tourisme, de l'agriculture, et en particulier de la viticulture d'appellation, du développement local et durable, de l'aménagement du territoire, de la culture, de la formation, du patrimoine, de l'environnement et des relations françaises et européennes.

Elle a pour but :

- De participer au développement de son département, à la structuration des pays dans l'objet de la charte du développement durable "Tourisme de Terroir®"
- D'engager toute stratégie de coopération au niveau local, départemental, régional et national.
- De réunir, coordonner les forces vives économiques, sociales et culturelles de son département dans l'objet du Tourisme de Terroir.
- D'être un outil de participation, de réflexion et de concertation.
- De fédérer l'ensemble des acteurs participant à la démarche qualité « Tourisme de Terroir® en Vignoble Gaillacois ».
- De structurer le réseau d'acteurs par pays et territoire local à forte identité sous la forme de programme coordonné,
- De promouvoir le réseau de prestataires, les offres assemblées et de les vendre dans le respect de la loi de 1992.
- De prendre en compte la viticulture et l'agriculture dans tous ses programmes de développement.
- De faire appliquer et faire respecter les engagements inscrits dans les différentes chartes qualité. Tourisme de Terroir® déclinées par filière professionnelle : hébergeurs, restaurateurs, vignerons, gestionnaires de sites, OTSI, guides, artisans d'art, producteurs...
- De contribuer à la gestion intelligente et à la préservation de la nature et du patrimoine culturel de son pays.
- De faire concorder les objectifs de développement, d'équilibre et de conservation dans le respect des critères de développement durable.
- De favoriser le co-développement durable des villes en lien avec le milieu rural grâce à une organisation, une structuration et des offres communes.