



Accompagnement à l'élaboration de la
stratégie touristique départementale
« Vers un tourisme durable 2022-2028 »
Animation des Rencontres territoriales
des acteurs du tourisme

Synthèse méthodologique

SOMMAIRE

01 Contexte et enjeux de la mission

02 Les enjeux

03 La méthodologie

04 La plateforme stratégique

05 Les axes stratégiques

06 Les annexes



1

Contexte et enjeux de la mission



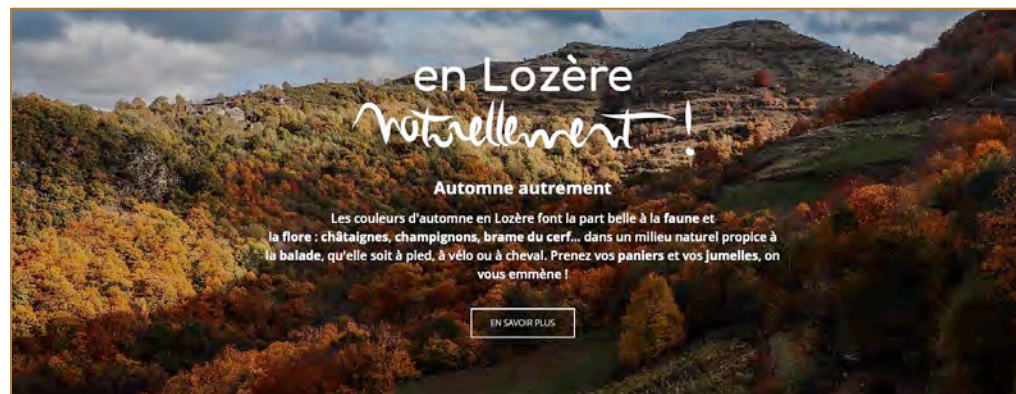
1- Le contexte

En moins d'un siècle, le tourisme s'est hissé parmi les activités les plus importantes mais aussi les plus indispensables à l'Humanité. Personne n'imaginait réellement le coup d'arrêt provoqué par la crise sanitaire mondiale. Pourtant « *après le Covid, le tourisme repartira* » ; à la fois pour ceux qui en vivent et pour ceux qui le pratiquent, évoque Le géographe Rémy Knafou dans une tribune du journal le Monde de mai 2021. Il ajoute qu'il faut « *le refonder selon de nouvelles formes pour éviter les travers de ces dernières décennies* ».

Jean Viard dans son dernier livre « *La Révolution que l'on attendait est arrivée* » parle du retour en force du territoire et des lieux.

Ces nouvelles réflexions nous disent de changer de paradigme, de réinventer un tourisme qui cette fois respectera les aspirations des individus, les besoins des sociétés, les exigences de la planète.

C'est à partir de ce triptyque post-moderne que les territoires touristique doivent envisager des changements ou d'amplifier ce qu'ils ont déjà engagé sans pour autant se détourner de ce qui a fait l'essentiel de leur développement. Une gageure ? Non, un défi à la hauteur de ceux que les acteurs du tourisme contemporain ont déjà réussi à relever.



1- Le contexte

Les enjeux environnementaux contemporains posent la question de la place de la nature dans chaque espace : urbain et bien évidemment rural. La biodiversité, la qualité de l'air mais aussi la gestion des risques naturels, la santé ou l'approvisionnement de produits en circuits courts concernent tous les territoires.

Les aménités des territoires ruraux à forte densité naturelle sont plus que jamais au cœur des problématiques de l'anthropocène. Les enquêtes d'opinions se multiplient et confirment une nouvelle aspiration d'une part grandissante des « consom'acteurs » devenus « consom'responsables ».

Dans ce « re-questionnement », la prise en considération des signaux faibles relevés depuis plusieurs années est une étape fondamentale. La surexploitation de la ressource « touristes » que l'on pourrait qualifier aussi « d'économie extractive » à l'instar des économies industrielles modernes fondées sur l'exploitation des énergies carbonées, a fini par engendrer de nouvelles difficultés : pressions sur les services publics et les espaces sensibles, cohabitation habitants-touristes, marché immobilier et accès au logement, saturation de la circulation et du stationnement dans les portes d'entrées touristiques...

Toutefois, rappelons ici qu'environ un tiers des Français restent encore éloignés des pratiques touristiques.



1- Le contexte

Le **tourisme est l'un des premiers secteurs économiques vecteur des émissions de gaz à effet de serre**, en hausse constante depuis 20 ans fort de l'explosion du nombre de touristes dans le monde. La France et ses territoires en sont aussi les responsables lorsqu'ils s'engagent de façon effrénée dans une course au toujours plus. Ainsi, comme le souligne là encore Jean Viard, la crise traversée peut être l'occasion d'une rupture positive, mais il s'agit de se garder de « *dénigrer les vacances telles qu'elles étaient pensées auparavant.* »

A ses yeux, le tourisme est bel et bien devenu « *un commun* », entre les habitants d'un même territoire, d'un même pays, d'une même planète. Et c'est à ce « *commun* » que les parties prenantes d'une destination touristique doivent bien veiller à sa protection, à sa durabilité, à son équitable accès.

Au cours de ces quatre dernières années (2017/2021), la feuille de route touristique mise en œuvre par le **Conseil Départemental de la Lozère** a permis de mettre en mouvement les parties prenantes autour d'une stratégie fondée essentiellement sur une nouvelle « ingénierie touristique » : digitalisation, promotion, innovation, formation, coordination. Au delà de ces nouvelles fondations systémiques, il s'agissait aussi de jouer sur le volume (les 4 saisons) et la valeur (le bien-être). Les chiffres de la fréquentation touristique en saison haute ont enregistré des résultats très positifs, malgré - et grâce - le(au) contexte pandémique. La Lozère a su aussi jouer de son image de territoire préservée lors de la crise sanitaire, grâce à une campagne d'images très inspirée dans le métro parisien.



1- Le contexte

Ce faisant, la démarche engagée marque la volonté du Département de consolider les premiers efforts initiés depuis le renouvellement électoral et majoritaire de 2015 et de lancer pour ce second mandat de la majorité départementale sortante une démarche d'intelligence collective qui puisse fédérer les énergies et les actions autour d'un nouveau cap : **le tourisme durable**.

L'acte fondateur est important : c'est l'Assemblée départementale qui, en conscience, a mis en place une commission organique *ad hoc*. On note que la Présidente de la commission Tourisme Durable du CD 48 est placée en 2^{de} position dans l'ordre du tableau.

Il s'agit donc aujourd'hui de relier ces objectifs et actions dans un récit global, qui donne de l'ampleur et du sens, autour d'un positionnement choisi, crédible et affirmé. Mais également de connecter l'opérationnel à une stratégie globale et partagée.

Gagner en lisibilité, en cohérence mais aussi se donner plus de force par la mutualisation des énergies. Le défi est donc de passer de la préoccupation au projet, du projet aux objectifs, des objectifs aux plans d'actions partagés. En s'appuyant sur l'intelligence collective des parties prenantes, le territoire sera en mesure d'écrire sa nouvelle feuille de route touristique pour les six prochaines années. **Une feuille de route dont la boussole s'inspirera des principes du développement et du tourisme durable.**



2

Les enjeux



2- Enjeux et objectifs

Les enjeux pour le Conseil départemental de Lozère sont multiples :

- Etablir et partager le bilan de la stratégie touristique départementale de 2017/2021.
- Définir les grands axes de la nouvelle stratégie touristique autour du Tourisme durable pour la mandature (2021/2028)
- Impliquer les parties prenantes lors des Rencontres Territoriales des Acteurs du Tourisme, un événement décentralisé dans 5 lieux du Département pour mieux co-construire la nouvelle stratégie 2022/2028.
- Définir le cadre conceptuel du tourisme durable et l'adapter aux problématiques de la Lozère.
- Engager les parties prenantes à contribuer à l'élaboration de la stratégie de tourisme durable.
- Associer les citoyens dans la construction de la démarche stratégique (option).

Cette démarche permettra donc de :

- Renforcer l'attractivité de la Lozère à travers un nouveau positionnement autour du tourisme durable ;
- Répondre aux transitions/défis économiques, touristiques, environnementaux, démographiques, sociétaux, ruraux/aménagement de demain ;
- Révéler l'identité forte du territoire et valoriser les produits, services et talents marqueurs de cette singularité ;
- Stimuler l'appartenance au territoire, la fierté et l'envie d'entreprendre et de s'épanouir pour et sur son territoire ;



2- Enjeux et objectifs

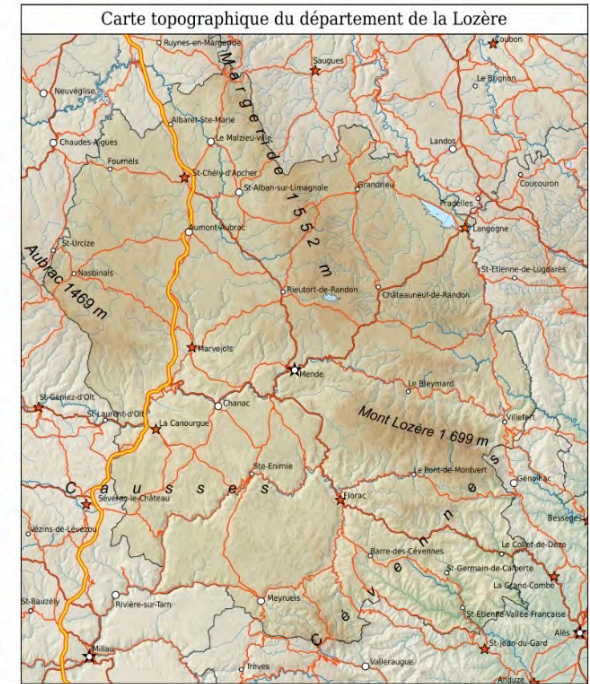
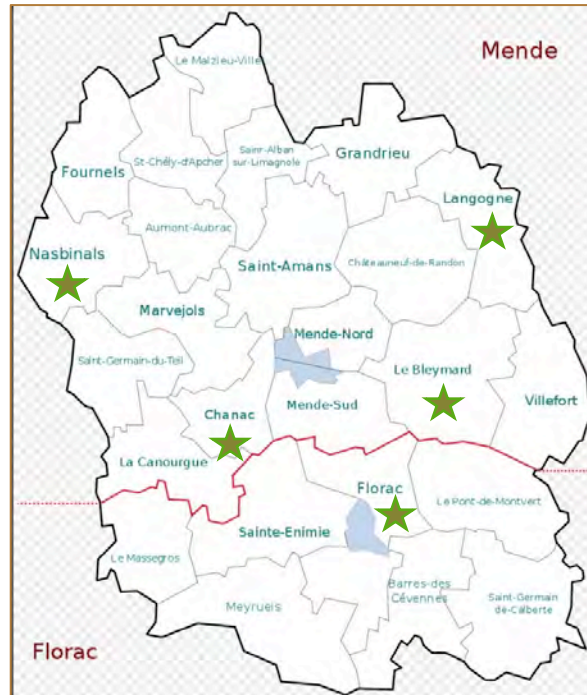


2- Enjeux et objectifs

Le travail de réflexion est construit sur la base de l'intelligence collective.

**Du 6 au 10 décembre
2021**

- **5 lieux :**
 - > Le Bleymard
 - > Florac
 - > Chanac
 - > Nasbinals
 - > Langogne
- **21 ateliers d'intelligence collective :**
 - > Ateliers en format World Café



3

La méthodologie



3. La méthodologie

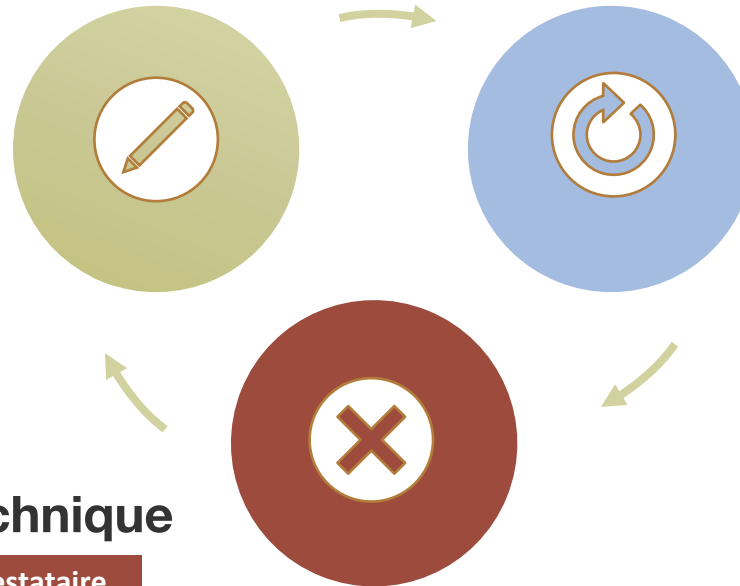
Comité de pilotage

6 personnes

Présidente du Département. Présidente de la commission Tourisme Durable du CD48. Présidente du CDT. DGS du CD48. DGA de la Solidarité Territoriale. Directeur du CDT.

Réflexion et validation des étapes (intermédiaires et finales)

Par souci d'efficacité, nous privilégions les conclusions, les enjeux ou les options puis en faisant réagir les membres par des systèmes de votes interactifs permettant de valider des thématiques et non plus une globalité et surtout de donner la parole sur des points précis de la démarche.



Comité technique

Encadrer le prestataire, alimenter la réflexion, éléments de cadrage technique

15 Ateliers participatifs

Cinq Rencontres territoriales des acteurs du tourisme : Le Bleyard, Florac, Chanac, Nasbinals, Langogne. Trois ateliers par rencontres

Enrichissement via les padlets

18 partenaires

CDT, OT, CCI, CMA, ChA, Lozère Développement, PNC, PNR, UMIH, FHPA, Entente Unesco, PETR, EPCI, PPN, Cévennes Ecotourisme, G2F, Occitanie, CDESI

Les têtes de réseaux

3. La méthodologie

--- Phase 1 -----

**Rencontres des
acteurs du tourisme**

--- Phase 2 -----

**Têtes de
réseaux/Padlet/
Enrichissement**

--- Phases 3 -----

**Positionnement/Axes
Stratégiques 22/28**

--- Phases 4 -----

**Pyramide
stratégique/
Documents finaux**



3. La méthodologie

Phase 1 Diagnostic et Axes stratégiques

- Etape 1 : Lancement
- Etape 2 : Elaboration des axes stratégiques « Tourisme Durable 2028 »
Comité de pilotage 1



2 ateliers



0 atelier



1 atelier

Phase 2 Rencontres Tourisme Durable et Co-construction

- Etape 3 : Les outils participatifs
- Etape 4 : RTD Le Blyemard
- Etape 5 : RTD Florac
- Etape 6 : RTD Chanac
- Etape 7 : RTD Nasbinals
- Etape 8 : RTD Langogne



0 atelier



15 ateliers



1 atelier

Phase 3 et 4 (Option) Synthèse, VER, Stratégie, Plan d'action

- Etape 9 : Nouvelles idées/Nouveaux enjeux
- Etape 10 : Actualisation du SWOT territorial/Analyse CDT
- Etape 11 : Comité de pilotage 2
- OPTION :
- Etape 1 : Têtes de réseaux synthèse
- Etape 2 : Enrichissement Fiches action
- Etape 3 : Feuille de route stratégique (VER) Version 2
- Etape 4 : Comité de pilotage 3



2 réunions



1 atelier



0 atelier



Comité de pilotage



Ateliers participatifs



Groupe interne



RENCONTRES TERRITORIALES
DU **TOURISME** DE LA LOZÈRE

organisées par le
Conseil départemental
de la Lozère

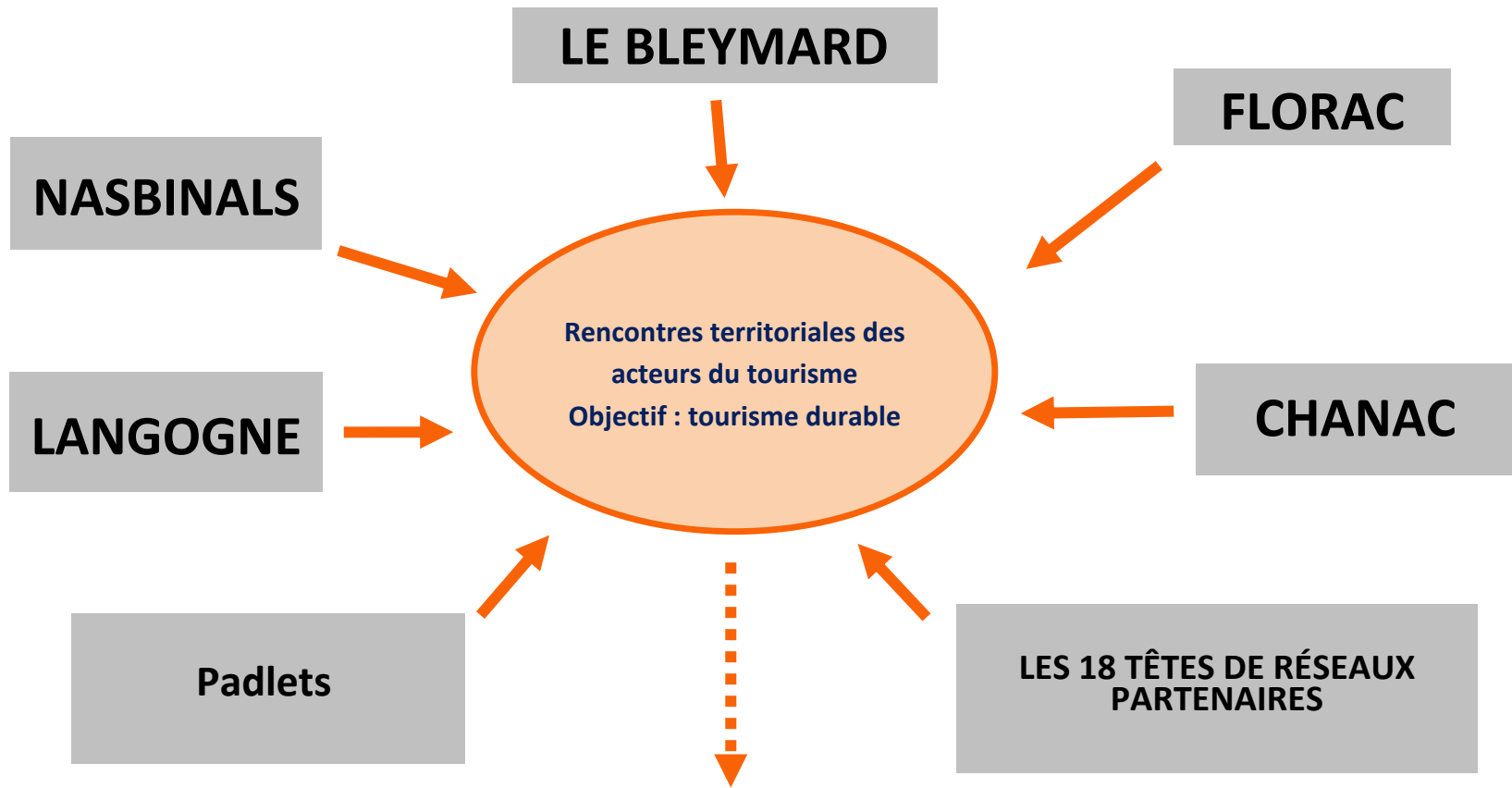
de la Lozère

Conseil départemental

organisées par le

3. La méthodologie

Mise en mouvement des acteurs du tourisme de la Lozère; Intelligence collective au service de la construction de la nouvelle stratégie « Tourisme durable en Lozère ».



Du 6 au 10 décembre 2021

3. La méthodologie

Mise en mouvement des acteurs du tourisme de la Lozère; Intelligence collective au service de la construction de la nouvelle stratégie « Tourisme durable en Lozère ». Six défis ont été relevés :

LANGOGNE



- **Défi 1** : Améliorer la qualité d'accueil; un accueil en phase avec les valeurs de la Lozère.
- **Défi 2** : Désaisonnaliser pour un tourisme plus durable.
- **Défi 3** : Les cibles prioritaires à conquérir dans une ambition tourisme durable ?
- **Défi 4** : Concilier flux touristique (haute saison) et préservation.
- **Défi 5** : Mauvais temps ! Qu'est-ce qu'on fait aujourd'hui ?
- **Défi 6** : Les Lozériens consomment la Lozère...



#idée reçue 7

LA PLUIE FAIT FUIR LES TOURISTES

NON, SI LE TERRITOIRE PEUT PROPOSER DES ACTIVITÉS COMPATIBLES AVEC TOUS LES CLIMATS

#idée reçue 8

L'ACCUEIL EST NUL EN LOZÈRE !

L'ACCUEIL EST SANS DOUTE UN PEU PLUS FRUSTE, MAIS IL EST CHALEUREUX, AMICAL ET LES GENS SONT DISPONIBLES

#idée reçue 12

LE TOURISME DURABLE, C'EST POUR LES BOBOS

NON, C'EST D'ABORD POUR LES RÉSIDENTS. LE TOURISME NE SERA DURABLE QUE PAR UN ENTRETIEN DE NOTRE TERRITOIRE POUR TOUS LES TOURISTES

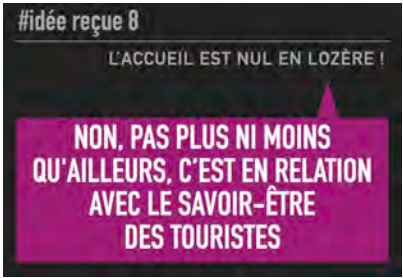
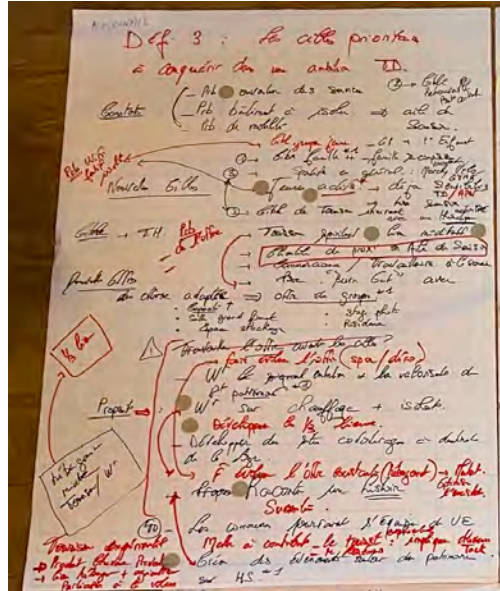
3. La méthodologie

Mise en mouvement des acteurs du tourisme de la Lozère; Intelligence collective au service de la construction de la nouvelle stratégie « Tourisme durable en Lozère ». Six défis ont été relevés :

NASBINALS



- **Défi 1** : Améliorer la qualité d'accueil : un accueil en phase avec les valeurs de la Lozère.
- **Défi 2** : Désaisonnaliser pour un tourisme plus durable.
- **Défi 3** : Les cibles prioritaires à conquérir dans une ambition tourisme durable ?



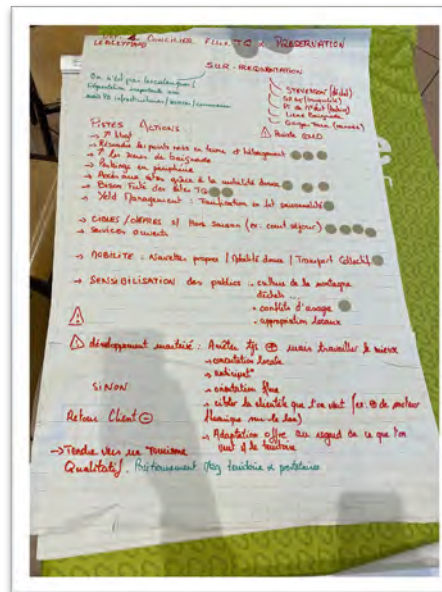
3. La méthodologie

Mise en mouvement des acteurs du tourisme de la Lozère; Intelligence collective au service de la construction de la nouvelle stratégie « Tourisme durable en Lozère ». Six défis ont été relevés :

LE BLEYMARD



- **Défi 4** : Concilier flux touristique (haute saison) et préservation.
- **Défi 5** : Mauvais temps ! Qu'est-ce qu'on fait aujourd'hui ?
- **Défi 6** : Les Lozériens consomment la Lozère...



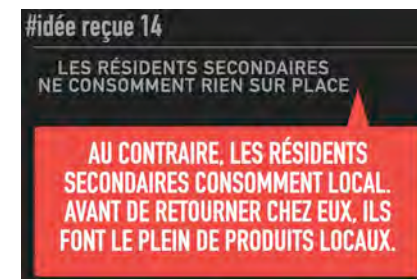
3. La méthodologie

Mise en mouvement des acteurs du tourisme de la Lozère; Intelligence collective au service de la construction de la nouvelle stratégie « Tourisme durable en Lozère ». Six défis ont été relevés :

FLORAC



- **Défi 1** : Améliorer la qualité d'accueil : un accueil en phase avec les valeurs de la Lozère.
- **Défi 2** : Désaisonnaliser pour un tourisme plus durable.
- **Défi 3** : Les cibles prioritaires à conquérir dans une ambition tourisme durable ?
- **Défi 4** : Concilier flux touristique (haute saison) et préservation.
- **Défi 5** : Mauvais temps ! Qu'est-ce qu'on fait aujourd'hui ?
- **Défi 6** : Les Lozériens consomment la Lozère...



3. La méthodologie

Mise en mouvement des acteurs du tourisme de la Lozère; Intelligence collective au service de la construction de la nouvelle stratégie « Tourisme durable en Lozère ». Six défis ont été relevés :

CHANAC

- **Défi 2** : Désaisonnaliser pour un tourisme plus durable.
- **Défi 4** : Concilier flux touristique (haute saison) et préservation.
- **Défi 6** : Les Lozériens consomment la Lozère...

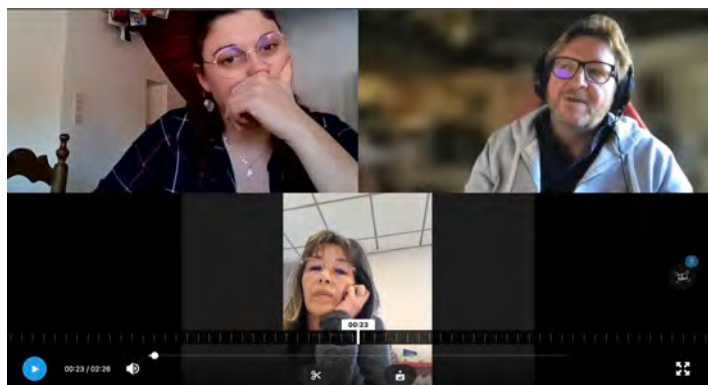


#idée reçue 8
L'ACCUEIL EST NUL EN LOZÈRE !
PEUT ÊTRE UN EFFORT À FAIRE SUR L'ACCUEIL PMR, LA MAÎTRISE DES LANGUES ÉTRANGÈRES, LA SIGNALÉTIQUE ET L'INTERPRÉTATION DE CERTAINS SITES.



3. La méthodologie

A la suite des rencontres des acteurs du tourisme de Lozère, des entretiens plus ciblés ont été entrepris avec les structures intervenant dans le champ du tourisme sur le territoire. Les échanges d'une heure environ se sont déroulés en visio conférence. La discussion ont porté essentiellement autour de la problématique du tourisme durable en Lozère. A la suite de huit slides qui précisent le cadre de la réflexion (voire en annexe), une série de questions communes à tous sont proposées (voir ci-contre). A la suite de quoi des sujets propres à chaque structure ont été évoqués de façon à enrichir la réflexion.



LES 18 TÊTES DE RÉSEAUX PARTENAIRES

CoManaging

Le tourisme durable en Lozère : les questions...

1. Par rapport à la présentation en amont de ce questionnaire, étiez-vous familier de la définition du tourisme durable ? Oui, non, moyennement, nsp. Qu'est-ce qui vous avait échappé dans votre propre définition ?
2. La problématique du tourisme durable vous apparaît-elle importante, très importante, moyennement importante, non prioritaire ? Pourquoi ?
3. Si c'est le cas, comment votre structure appréhende-t-elle déjà la problématique du tourisme durable dans sa stratégie de développement ?
4. Quels sont les freins que vous identifiés dans l'émergence d'une approche de tourisme durable ?
5. Avez-vous déjà engagé des programmes de sensibilisation/formation dédiés à la problématique du tourisme durable ? Si oui, lesquels et avec quel personnel ? Si non, pourquoi ?
6. Quel est selon vous le bon échelon d'intervention pour piloter une stratégie de tourisme durable ?
7. Selon vous, qui doit le plus se responsabiliser face aux enjeux du tourisme durable : le client ? Les institutionnels ? Les socioprofessionnels ? Les opérateurs de voyage ? Pourquoi ?
8. Questions ouvertes : points que vous souhaitez aborder plus spécifiquement...

Liste des têtes de réseaux interrogées : Région Occitanie; Chambre de Commerce et d'Industrie; Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie; Fédération de l'Hôtellerie de Plein Air du Languedoc-Roussillon; Chambre d'agriculture; Chambre des Métiers et de l'Artisanat; Parc National des Cévennes; Parc Naturel Régional de l'Aubrac; OT Aubrac Lozérien; OT Margeride en Gevaudan; OT Langogne Haut Allier; OT Aubrac aux Gogres du Tarn; OT Gorges/Causses/Cévennes; OT Mont-Lozère; OT Cévennes Mont-Lozère; PETR Gevaudan; PETR Terres de Vie; PETR Causses et Cévennes.

3. La méthodologie

PADLETS

Co-construire la nouvelle stratégie touristique en Lozère

Co-construire la nouvelle stratégie touristique en Lozère

Vers un tourisme durable 2022/2028

Synthèse des Rencontres des acteurs du tourisme de Lozère du 6 au 10 décembre 2021

Les valeurs de la Lozère

PDF

Les valeurs humaines des habitants de la Lozère, du faire et du savoir faire, de l'être, de l'faité...

Cinq étapes, près de 160 participants pour relever 6 grands défis...

PDF

Synthèse atelier FD V5

Près de 160 contributeurs se sont mobilisés pour construire la nouvelle feuille de route touristique

Défi 1 : Sur l'accueil, de nouvelles idées ?

Anonyme 2 mois

Des infrastructures pour le tourisme de pleine nature

Quelques idées inspirées de ce qui se fait dans l'ouest-américain ou dans les pays scandinaves :

- Réseau d'aires de bivouac contrôlées type "Campground" + éventuellement des cabanes "refuges" pour les expé d'hiver
- Zones de "pique-nique" nature avec abris (pas seulement des tables) sur des endroits stratégiques le long de sentiers de grandes randonnées (pédestre, vtt, équestre, ...) ou en bord de rivière (pêcheurs, rando-canoë, ...) + éventuellement mise en place de toilettes sèches et/ou possible point d'eau. Et oui, certaines activités se pratiquent par tous les temps, mais rien n'est prévu pour cela
- Autres aménagements : passages de clôtures. Différents modèles selon les situations et le public : petite échelle, chicane, passage canadien, ... ; zone de mise à l'eau ; ...

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

Défi 2 : Sur les saisons, de nouvelles idées ?

Anonyme 2 mois

La pêche et les pêcheurs mais pas que ...

Étant moniteur-guide de pêche, je pêche ici un peu pour ma paroisse. Le tourisme pêche se fait essentiellement au printemps et à l'automne ... Mais, il y a d'autres secteurs d'activités à (re)développer aux 4 saisons : trek hivernal, tourisme naturaliste - photos, spéléologie, du "vrai" canoë-kayak d'eau vive (mais il faut fournir des combinaisons) ...

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

PASSET Marie Laure 3 mois

Visites l'hiver

Sur le thème de la saisonnalité Très timidement cette année mais j'espère plus régulièrement les années venir, je vais essayer de proposer quelques visites pendant la période ou généralement la grotte est fermée. Par contre, pas du tout dans les mêmes conditions que pendant la saison. Le gel nous contraint à fermer et vidanger nos infrastructures donc uniquement pour une visite "à la bonne franquette" - et surtout pas non plus de jours et horaires définis d'avance et fixes (beaucoup trop contraignant en terme de coûts de d'énergie) mais un outil très efficace pour ça ; la météo est un vrai problème

★☆☆☆☆ (2) Noter

Ajouter un commentaire

Anonyme 3 mois

Réseau d'accueil en chemin...

PDF

Défi 3 : Sur les cibles, de nouvelles idées ?

CoManagingTraining 4 mois

Les cibles prioritaires à conquérir dans une ambition tourisme durable ?

Pistes de réflexion :

- + Y'aurait-il d'autres profils de clients à conquérir pour de nouvelles opportunités de développement touristique ?
- + Quelles seraient les offres ou expériences qui leurs yeux à la fois sur les volets environnemental, économique, social et solidaire.
- + Comment enrichir notre offre, notamment sur les volets culture et patrimoine, pour répondre à leurs attentes ?

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

CoManagingTraining 3 mois

Les propositions issues des 5 ateliers

PDF

Synthèse Rencontres Défi 3 Cibles prioritaires

- A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...

★☆☆☆☆ (1) Noter

Anonyme 3 mois

niche à explorer: le tourisme apicole (visite de ruchers avec protection), inconvenient: dépendant de la météo et EPI nécessaires en différentes tailles. En générale

Défi 4 : Sur les flux, de nouvelles idées ?

Anonyme 2 mois

Les flux et leurs nuisances

Je suis favorable au développement mais attention aussi à encadrer, voir à réglementer les flux qui peuvent occasionner un certain nombre de nuisances : dérangement de la faune, dégradation de milieux naturels, conflits d'usages, ... Les exemples sont nombreux : "La guerre des champignons", les dérivés de l'observation du brame sur certains sites, les baigneurs qui font des micro-barrages, le développement sauvage de l'aquarandonnée ou "ruisseling", le camping sauvage chez des privés sans autorisation, les camping car n'importe où, les barrières de clôtures pour les troupeaux non fermées, les incivilités liés aux dépôts d'ordures, les feux de grillades en zones sensibles, ...

Je vois qu'ici nombreux sont pour le développement de la baignade. Je comprend car elle fait partie des attraits majeurs en période estivale. Mais sur certains sites, notamment dans les cascades du haut-Tarn, cela devient du grand n'importe quoi avec tout le cortège des nuisances qui va avec ...

Contre cela plusieurs choses à explorer :

- Concertation entre les représentants des usagers - acteurs
- Mise en place de réglementations et de mesures préventives ou de zonification
- Limitation du nombre de pratiquants ou publics (par exemple via des parkings contrôlés) + accès à certains sites

Défi 5 : Sur les activités, de nouvelles idées ?

Anonyme 2 mois

Voir remarque dans Défi 1 : ACCUEIL "infrastructures pour un tourisme de pleine nature aux 4 saisons"

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

CoManagingTraining 4 mois

Mauvais temps ! qu'est-ce qu'on fait aujourd'hui ?

Pistes de réflexion :

- + Quelles offres existantes, quels parcours valoriser et mettre en lumière sur cette thématique ?
- + Quelles offres imaginer, notamment dans les domaines de la culture et du patrimoine ?
- + Quelle combinaison séduisante proposer sur le thème loisirs pour des cibles plus urbaines ?

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

CoManagingTraining 3 mois

Les propositions issues des 5 ateliers

PDF

Synthèse Rencontres Défi 5 Mauvais temps

- A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

Défi 6 : Sur la Lozère, de nouvelles idées ?

CoManagingTraining 4 mois

Les Lozériens consomment la Lozère

Pistes de réflexion :

- + Comment pourrions-nous inventer des offres ou des expériences qui donnent envie aux lozériens de découvrir le territoire sous un nouveau jour ? (Court-sejours, offre culture-patrimoine, ...)
- + Comment faciliter la consommation locale touristique y compris chez les résidents secondaires ? (Produits, activités, événements, ...), comment renforcer la fierté pour une consommation locale ?
- + Quelle réponse le territoire apporte-t-il aux lozériens qui ne peuvent pas partir en vacances à l'extérieur ? (Enfants, publics en situation de handicap, ...) Comment répondre à cet enjeu social ?

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

CoManagingTraining 3 mois

Les propositions issues des 5 ateliers

PDF

Synthèse Rencontres Défi 6 Les Lozériens

- A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

Au sujet des résidents secondaires...

CoManagingTraining 3 mois

Les propositions issues des 5 ateliers

Synthèse Rencontres Les résidents secondaires

Comment mieux les connaître ? Comment mieux les informer ? Comment mieux les impliquer dans la vie du territoire ?

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

Anonyme 2 mois

Pour ma part, les maisons secondaires sont essentielles. La plupart des résidents de maisons secondaires s'inscrivent à ce que se crée et n'hésite pas à goûter. Ce qui n'est pas vraiment le cas des locaux. Si le produit plaît, ils achètent et font partager à leurs convives.

★☆☆☆☆ (1) Noter

Les personnes possédant une résidence secondaire reviennent de plus en plus dans leurs maisons. Ils changent des fenêtres, ils s'installent à nouveau Comment les connaître ? en les allant tout simplement. Ce sont des gens souvent hyper-intelligents qui ont un tas de connaissances et qui n'hésite pas à se mettre à notre niveau pour comprendre comment on vit. Ce sont aussi des personnes ayant un pouvoir d'achat notable et qui sont vraiment reconnaissant lorsque l'on fait ou leur boulot. Ils sont générateurs d'idées et nous aide à nous améliorer. Ils sont

Face aux idées reçues...

CoManagingTraining 4 mois

Idée reçue 7

LA PLEINE NATURE POUR LES TOURISTES

MON, SI LE TERRITOIRE PEUT PROPOSER DES ACTIVITÉS COMPATIBLES AVEC TOUS LES CLIMATS

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

CoManagingTraining 4 mois

Idée reçue 8

L'ACCUEIL, ET NON EN LOZÈRE !

L'ACCUEIL EST SANS DOUTE UN PEU PLUS FRUSTE, MAIS IL EST CHALEUREUX, AMICAL ET LES GENS SONT DISPONIBLES

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

CoManagingTraining 4 mois

Idée reçue 9

LE TOURISME, C'EST PARTOUT PARCOURS

LE TOURISME C'EST DÉCOUVRIR UN TERRITOIRE, UNE POPULATION, UNE HISTOIRE. CHAQUE TERRITOIRE EST UNIQUE ET À SES PARTICULARITÉS

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

CoManagingTraining 4 mois

Idée reçue 10

BIEN D'AUTRES SITES NATURELS SONT À DÉCOUVRIR, IL FAUT QU'ILS SOIENT TRÈS BIEN INDUITS

★☆☆☆☆ (1) Noter

Ajouter un commentaire

SWOT LOZÈRE

Une approche sous l'angle général et global du tourisme durable.

A partir des interviews, des ateliers, des Padlets, des sources documentaires

SWOT LOZÈRE



FAIBLESSES

MENACES

OPPORTUNITÉS

FORCES

TOURISME DURABLE

Swot Lozère

FORCE

- 10 LE PATRIMOINE ET LE CAPITAL NATUREL
 - 10 LES GRANDS ESPACES
 - 1 UN ENVIRONNEMENT PRÉSERVÉ
 - 1 L'ACTION ASSOCIATIVE
 - 3 COLONIE DE VACANCES
- 1 L'AGRICULTURE ET LE COUPLE TERROIRS/PRODUITS
 - 10 LES PARCS NATURELS
- 10 DES APN DE RENOMMÉE INTERNATIONALE
- 1 DES HABITANTS ATTACHÉS À LA LOZÈRE
- 1 LA GÉOGRAPHIE DES CLIENTÈLES
 - 2 LE PLUS PETIT
 - 2 LES PRÉSUPPOSÉS
 - 1 AUTRES...

FAIBLESSES

- 1 LE JEU COLLECTIF
- 1 LES MOYENS FINANCIERS ET LES INVESTISSEURS
- 1 L'EMPLOI ET LES TENSIONS MÉTIERS
- 1 HORS SAISON
- 1 LA FORMATION/CONNAISSANCE STATISTIQUE
- 1 PEU D'ASSOCIATIONS SUR LE DD
- 1 L'INNOVATION
- 1 LE PILIER SOCIAL
- 15 SOUS ÉQUIPEMENT DES SECTEURS EN TENSION DE FRÉQUENTATION
- 1 OFFRE SERVICES
- 1 LES PRÉSUPPOSÉS
- 1 AUTRES...

OPPORTUNITÉS

- 5 LES ASPIRATIONS CLIENTS
- 4 LES RÉSIDENCES SECONDAIRES
- 4 À L'AVANT GARDE DU TOURISME DURABLE
- 1 AMBITIONS FRANCE RELANCE
- 7 LES NOUVELLES OFFRES LACS/CIEL ÉTOILÉ
- 1 LA VOLONTÉ POLITIQUE
- 1 L'AGRICULTURE ET LE COUPLE TERROIRS/PRODUITS
- 1 LES CIRCUITS COURTS
- 1 L'INGÉNIERIE PNR
- 1 L'INGENIERIE PETR
- 1 LES FLUX
- 1 PATRIMOINE
- 1 GRANDS SITES OCCITANIE
- 1 GRAND SITE FRANCE
- 1 PRODUITS LOCAUX/ARTISANAT
- 1 ITINÉRANCES
- 3 CLASSES VERTES
- 1 LES PRÉSUPPOSÉS
- 2 AUTRES...

MENACES

- 1 Le "CE NEST PAS NÉCESSAIRE"
- 1 LE FINANCEMENT DES COLLECTIVITÉS DANS LA DURÉE
- 1 L'INACCESSIBILITÉ STRUCTURELLE
- 2 DES PRIORITÉS MAL IDENTIFIÉES
- 1 IMAGE et DÉNOMINATION
- 7 LES MULTIPLES CONFLITS D'USAGE DES ESPACES
- 1 APRÈS INTERNET, LE TOURISME DURABLE ?
- 1 GESTION DE L'EAU
- 1 LA BIODIVERSITÉ
- 1 LES DÉMOGRAPHIES
- 2 POLLUTION VISUELLE
- 1 ex : Cévennes Ecotourisme
- 1 LES PRÉSUPPOSÉS
- 1 AUTRES...

SWOT LOZÈRE



Les faiblesses analysées

L'emploi et les tensions métiers

Fort d'un taux de chômage parmi les plus faibles de France, la Lozère fait face à des tensions importantes sur l'emploi, l'offre étant largement plus forte que la demande. Dans les métiers du bâtiment, les postes non pourvus se comptent en centaine. De même dans les métiers du service. Les métiers liés à la transtion en sont impactés. Dans le secteur du tourisme le logement des saisonniers est un problème crucial des professionnels.

Le pilier social

Identifié comme le 3^{ème} pilier du TD, la dimension sociale est assez peu évoquée par les acteurs du tourisme. Des gisements sont identifiés pour irriguer les besoins du tourisme : via les Esat et CAT (ménages, conciergerie), les colonies et classes vertes, la consommation locale, l'insertion par le travail (espaces verts, maraichages, etc.)...

Le Jeu collectif

La coopération entre les acteurs du tourisme pour aborder les problématiques du tourisme durable est un indispensable, condition de la mobilisation des moyens et des énergies.

Les moyens financiers et les investisseurs

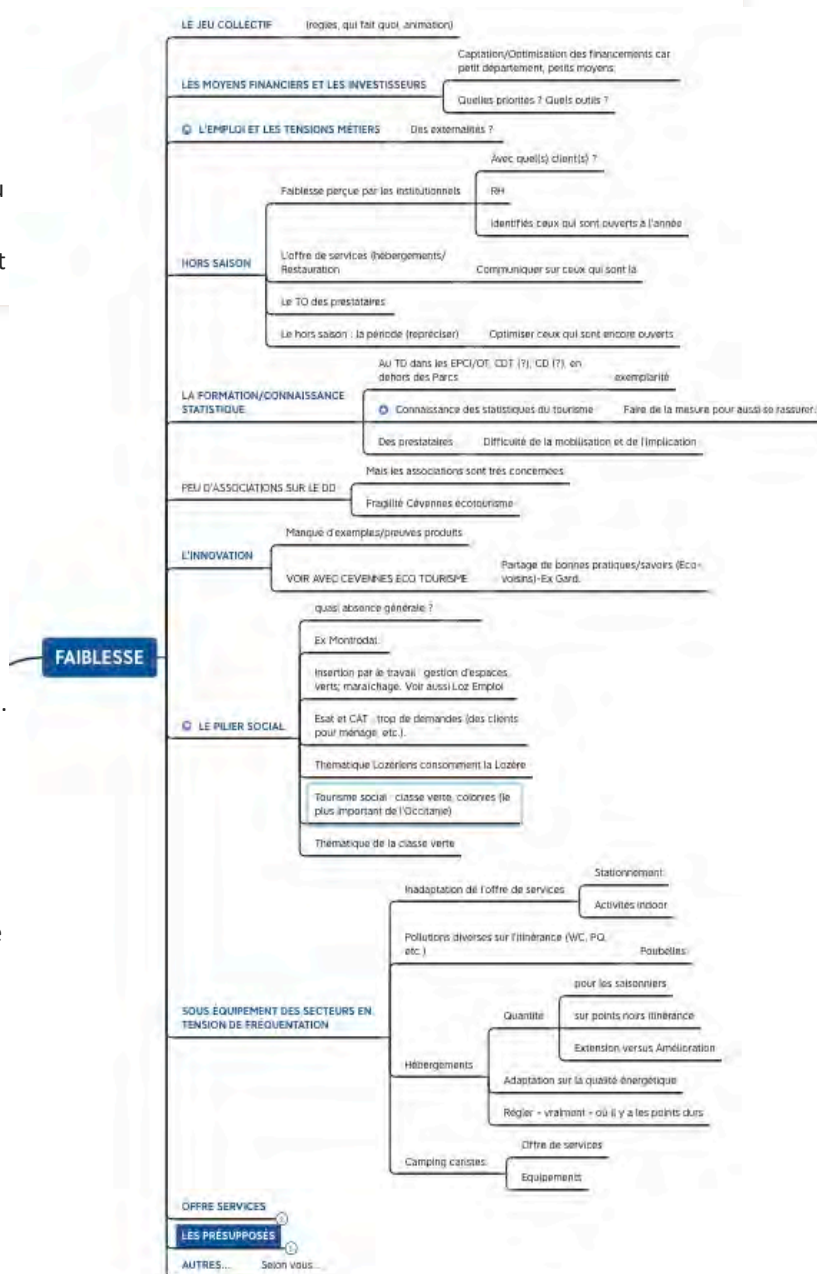
Plus petit département national, la Lozère ne dispose pas de ressources financières importantes. La faible présence d'investisseurs privés ne permet pas d'envisager des investissements de compensation. Enfin, les baisses de dotations de l'Etat sur les collectivités (25MD€) plus celles annoncées par les favoris de l'élection présidentielle assombrissent l'horizon du financement public.

Le Hors Saison

Certes déjà identifiée, la question du « hors saison » reste en suspend, notamment au regard de l'évolution des clientèles (dont les résidents secondaires) dans une situation post-covid et d'inflation des coûts de mobilité.

La Formation/Connaissance statistique

La connaissance des enjeux du tourisme durable et de ses indicateurs est mal évaluée par les acteurs publics et privés. La compréhension se limite pour l'essentiel aux enjeux du pilier 1, à savoir l'environnement.



SWOT LOZÈRE



Les forces analysées

Les grands espaces

La Lozère pourrait-elle être le nouveau farwest du tourisme durable ? Dans la construction des imaginaires du tourisme durable, le territoire en évoque bon nombre : faible densité humaine, fortes aménités naturelles, diversité des paysages (en archipel), qualité de l'air et du ciel, activités agricoles post-industrielles, etc.

Les parcs naturels

Fort de la présence des parcs naturels à la fois régionaux et national, la Lozère dispose de compétences, d'ingénierie et de moyens singuliers pour accélérer la transition du tourisme.

La géographie des clientèles

La Lozère dispose d'un fort réservoir de clientèles de proximité, dont une partie captive. A ce titre, l'importance du nombre de résidences secondaires (40% du parc immobilier) apparaît comme un réservoir de croissance à la fois en termes d'emploi (énergies) et de services (conciergerie).

Le plus petit

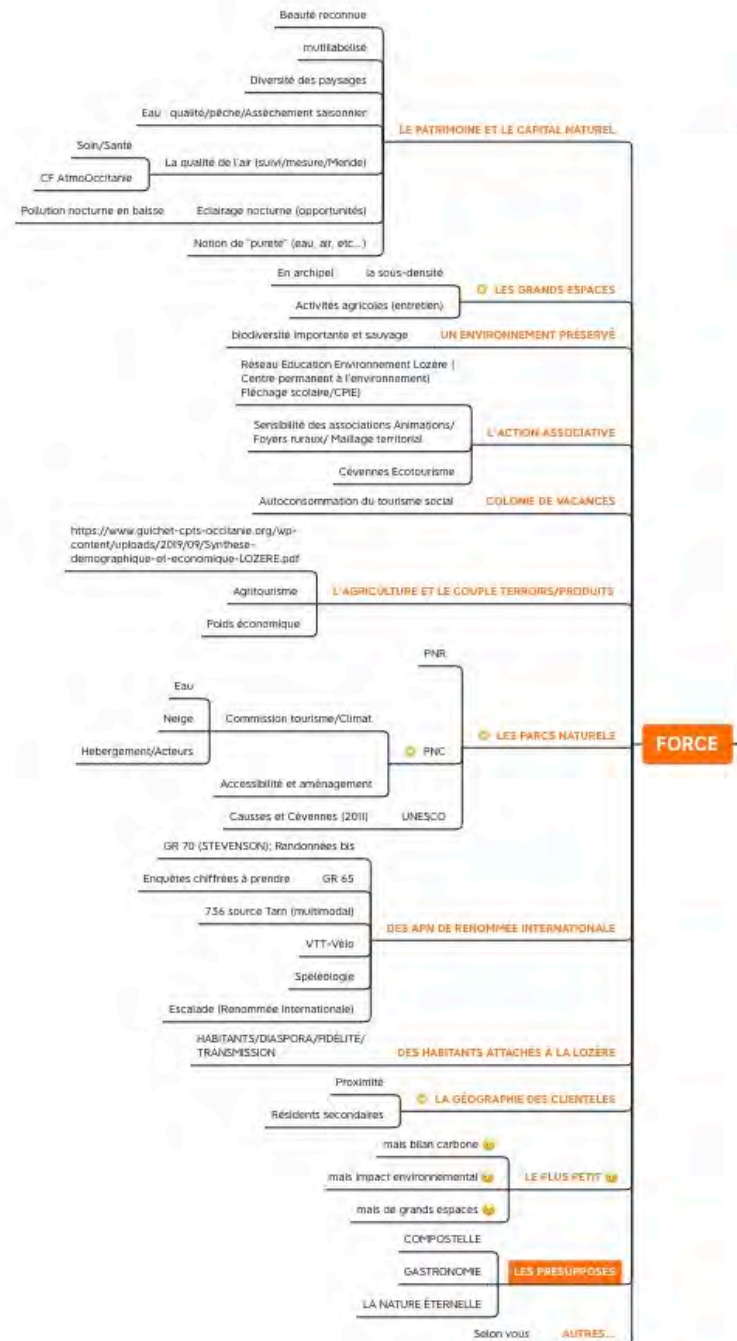
La faible densité de la Lozère est un atout pour mobiliser les acteurs et faciliter les coopérations territoriales. Son bilan carbone est moindre mais l'impact environnemental existe et doit être apprécié.

Le patrimoine et le capital naturel

La beauté/diversité reconnue par une multitude de labels est une singularité forte du territoire. Elle permet de favoriser l'émergence et le développement des activités de pleine nature de renommée internationale.

Les habitants attachés à la Lozère

Les lozériens qui vivent en Lozère sont fiers de leur territoire, de même pour la diaspora. Cela nourrit à la fois la fidélité et la transmission. Elle favorise et encouragera l'arrivée de néo-ruraux.



SWOT LOZÈRE



Les opportunités analysées

Les résidences secondaires

Néo ruraux et gisement de fréquentation (tourisme à l'année : deux enjeux stratégiques qui font de la question des résidents secondaires une préoccupation clé. Pour autant, l'enjeu de la connaissance des Facteurs Clés de Succès (FCS) est un préalable.

A l'avant-garde du tourisme durable

Disposant d'un imaginaire autour de la naturalité indéniable, la Lozère peut endosser les attributs d'un territoire à l'avant-garde de la transition du tourisme. Pour cela, il s'agit d'établir des indicateurs de mesure et de preuve ; la communication ne pouvant être adossée à l'inaction.

Les aspirations clients

Les multiples crises en cours (climatique, sanitaire, géopolitique...) modifient les aspirations clients qui recherchent des territoires en « moindre tension » et qui peut satisfaire de « nouveaux désirs ».

Les nouvelles offres lacs/ciel étoilé

Ces deux nouveaux segments de marché aspirent à se structurer davantage; ils permettent de diversifier une offre nature par des expériences renouvelées. Entre infrastructures et événementiels, les chantiers à engager sont multiples.

L'agriculture et le couple terroirs/produits

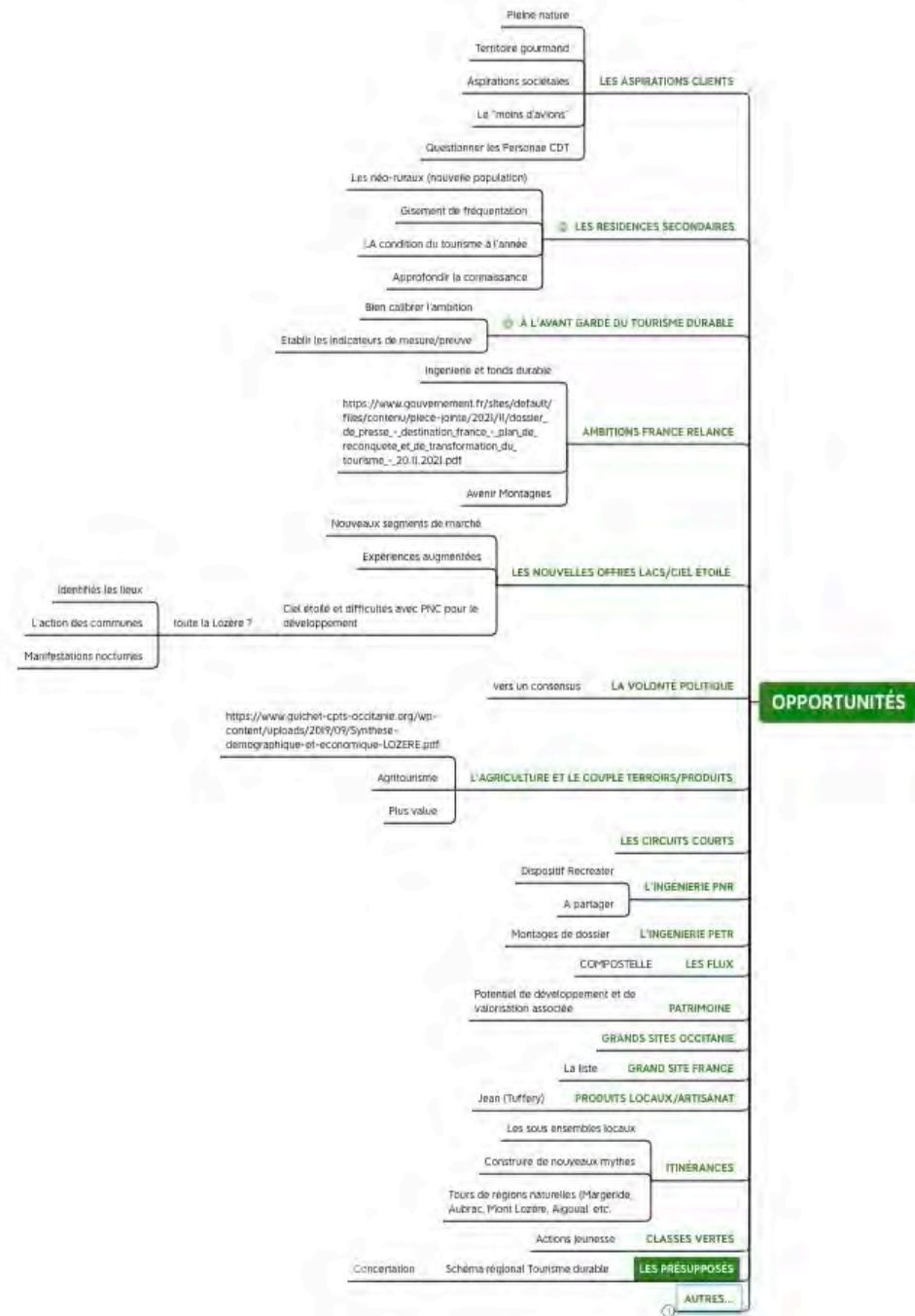
Entre l'agritourisme et la productions locale et la structuration de circuits courts, les perspectives de développement de la filière agricole est forte et sources d'opportunités pour renouveler la pyramide des âges.

Itinérances et classes vertes

Le développement de sous ensemble locaux en marge des grands circuits qui structurent l'offre départementale; la construction de nouveaux mythes à découvrir.

Le nouveau schéma régional du TD

Savoir tirer au maximum profit du nouveau schéma du tourisme durable.



SWOT LOZÈRE



Les menaces analysées

La gestion de l'eau

La question de l'eau est forte : assainissement, préservation de la ressource, pollution des lacs et rivières, les sujets d'inquiétudes sont multiples et partagés sur tout le territoire. Le dérèglement climatique pose également des perspectives sombres (neige).

Les démographies

Plus petite population départementale, la Lozère risque de l'être encore d'ici à 2050 au regard des perspectives démographiques (Insee). Plus spécifiquement, le territoire souffre d'un déficit présentiel dans les secteurs de la santé (médecins et professionnel du soin et des services), de l'entrepreneuriat dans de nombreux secteurs (tourisme, agriculture, bâtiment, énergie, etc.). Sans actions fortes et durables dans le recrutement de main d'œuvre, les tensions perdureront au détriment du développement et des enjeux de la transition.

L'inaccessibilité structurelle

Principal poste de l'impact carbone du tourisme, la mobilité apparaît comme un dossier très difficile à régler sans intervention extra territoriale. L'impact peut rester limiter si l'évolution géographique des clientèles évolue peu.

Les multiples conflits d'usage des espaces

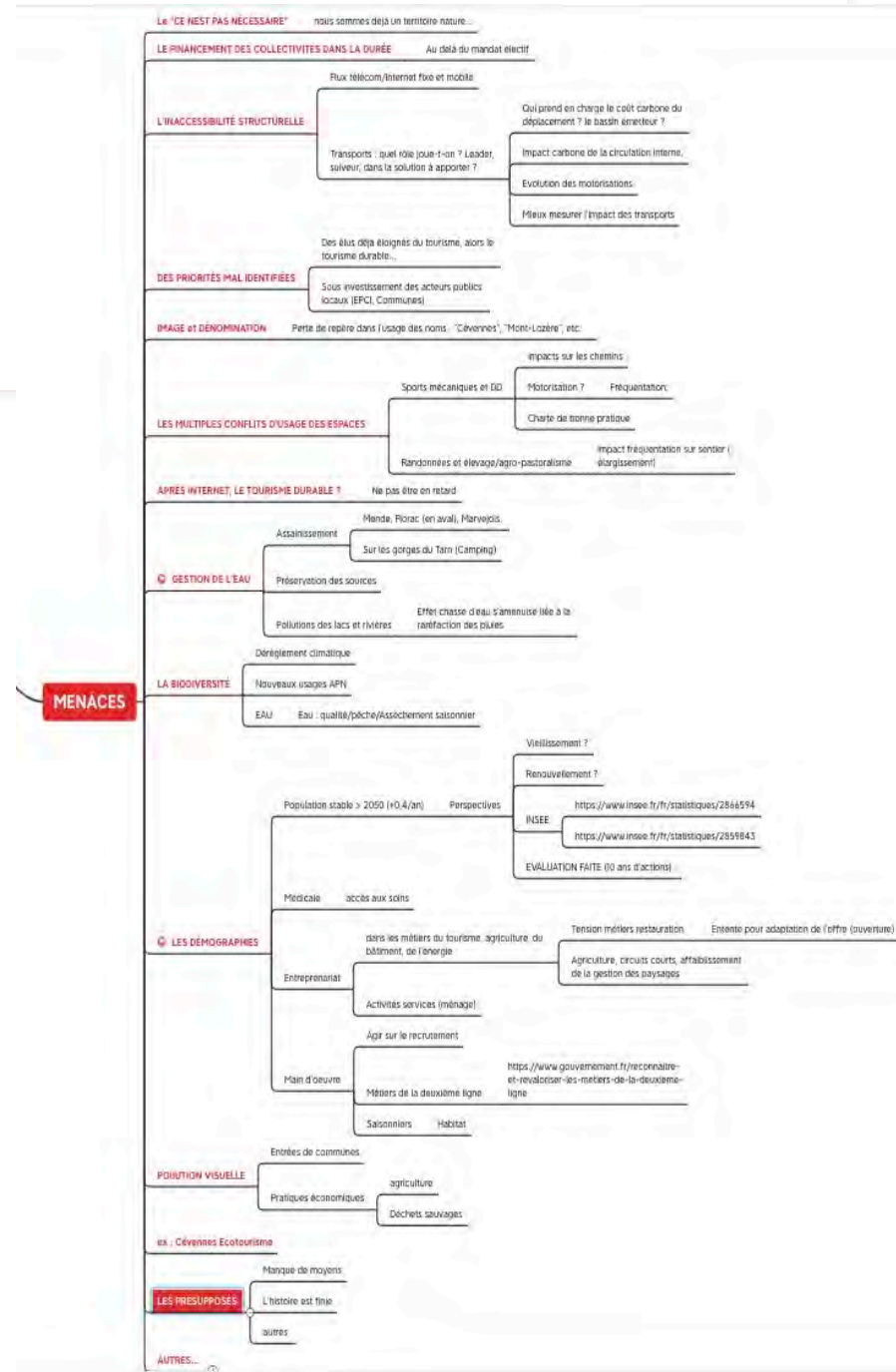
Les sports mécaniques, les randonneurs et les éleveurs et l'agro-pastoralisme, la diversité des usages des espaces multiplie les points de friction. Sans aller jusqu'à une réglementation forte, une charte des bonnes pratiques est-elle la solution ? Pour mémoire, une charte avait été mise en place, il y a une quinzaine d'années. Elle posait la question de la contrainte et de l'accessibilité aux sites.

La biodiversité

Perçue comme l'or vert de la Lozère, la biodiversité est en première ligne face aux impacts du dérèglement climatique produit par l'activité humaine. Quelle image la Lozère partagera-t-elle à mesure que cette biodiversité disparaîtra ?

Pollution visuelle

Pratiques économiques délétères, déchets sauvages, agriculture non raisonnée, entrées de commune, aménagements urbains, les impacts sur la qualité esthétique de l'environnement visuel sont prégnants.



Les enjeux et problèmes clés issus du SWOT

Les problèmes clés :

1. **L'emploi.** La Lozère connaît des tensions globales sur l'emploi et les métiers comme les saisonniers;
2. **La maîtrise des statistiques touristiques.** Il est nécessaire de fabriquer **un point 0** de politique de tourisme durable... Il convient d'identifier des indicateurs liés aux impacts sociaux, environnementaux et économiques pour les mesurer à un horizon de 5/10 ans. La question de « qui le fait » et avec « quelle ressources » est posée.
3. **Le pilier social du tourisme durable.** Volet peu conscientisé. Comment faire évoluer cette caractéristique ?
4. **Être petit.**
5. **Gestion de l'eau** (conséquences).
6. **La mobilité** des derniers kilomètres.

Les enjeux clés :

1. **Les grands espaces** sont un élément au cœur de la proposition de valeur de la Lozère en matière de tourisme. C'est un sujet porté fortement par les actions marketing de l'ADT.
2. **Les parcs naturels** qui couvrent quasiment le territoire.
3. **La géographie des clientèles** (forte présence de visiteurs des territoires voisins) favorable à une politique de tourisme durable.
4. **Les résidences secondaires** (1/3 des logements du département).
5. Pouvoir être à **l'avant-garde du tourisme durable.**
6. **Les démographies** (métiers, population, etc.).
7. **L'offre touristique** qui doit muter vers une offre touristique durable

4

La plateforme stratégique

La vision

Le développement touristique de la Lozère s'inscrit dans une vision plus globale du développement de ce territoire largement agricole, mais qui, néanmoins, totalise une proportion importante de résidences secondaires, plus ou moins occupées, mais signe d'un attachement générationnel et affectif à la Lozère.

Pour continuer à exister, c'est-à-dire maintenir un solde migratoire positif capable de soutenir la croissance démographique sur ses bases actuelles, **la Lozère doit trouver le bon chemin entre séduction/attraction et préservation.**

Le tourisme doit y concourir pleinement, notamment en consolidant le tissu économique présentiel et ainsi le maillage des bourgs et des villages. Ainsi, le développement touristique n'est pas une finalité en soi, mais un moyen au service des lozériens, à la fois pour maintenir la qualité d'un mode de vie rural et pour offrir aussi un environnement préservé et des loisirs pour tous.

Le sujet stratégique est donc moins de susciter le développement de gros volumes d'activité (et de chiffre d'affaires) sur des spots à forte visibilité qui fonctionnent déjà, que **de maintenir et de consolider le tissu des socio-professionnels existant** en cherchant à améliorer leurs revenus et leur valeur ajoutée et en développant un tourisme tout au long de l'année.

Le tourisme doit être aussi l'outil majeur d'une prise de parole de séduction de la Lozère qui visent non seulement le touriste, mais aussi (autant) les nouveaux arrivants et les résidents (sentiment d'attachement). La proposition d'un territoire qui offre une respiration dans tous les sens du terme, et particulièrement par un sentiment d'absence de « sur fréquentation » est au cœur de la proposition de valeur qui doit être faite.

Le sujet de la « fréquentation » est sensible, en témoigne les discours à propos de la tension estivale sur certains lieux qui pourtant reste modérée. Ce faisant, la gestion des flux dans les secteurs et périodes de haute fréquentation revêt une importance stratégique au regard de cette situation.



La vision

L'orientation décidée par la collectivité départementale d'inscrire la politique touristique dans **une approche de développement durable nécessite d'être éclairée et qualifiée.**

Plus petit département métropolitain en termes de population, **la Lozère** doit pouvoir tirer parti de cette réalité et **mettre en avant des indicateurs qui lui sont naturellement favorables notamment en termes de bilan carbone.**

Cette **faible densité, associée à la beauté de ses paysages,** donne à ce territoire de moyenne montagne parcouru de rivières, **une séduction forte et singulière et de plus,** des atouts puissants sur le **volet environnemental d'une politique de développement durable.**

En Lozère, **le jeu collectif est impératif** et doit être exemplaire pour optimiser l'affectation de ressources nécessairement limitées en raison de la taille du territoire.

Enfin, le volet économique et le volet social devront être pris en compte pour affirmer une politique de développement durable cohérente et complète. Sur ce point la transversalité, au sein de la collectivité sera nécessaire. Il s'agira particulièrement d'articuler le niveau stratégique supérieur de la politique globale du Conseil départemental. Le recollement des actions des différents secteurs devra se faire lorsqu'il s'agira de présenter les premiers bilans.



La vision

La ruralité a le vent en poupe. La crise de la Covid n'a fait qu'amplifier et révéler une tendance sociétale de fond : l'attrait de la campagne auprès des français ne se dément pas.

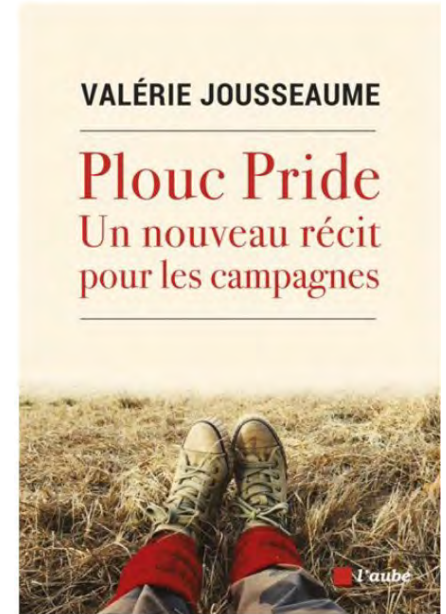
92% d'entre eux, expriment un désir de campagne selon une étude réalisée par l'Ifop en 2021*; et estiment qu'il est « **agréable de vivre** » à la campagne. **Pour les ruraux**, 97% estiment qu'il est « **préférable de vivre à la campagne** »

Les métropoles, paragon de la modernité, qui restent attractives par la puissance de leurs économies et de leurs aménités ont, pour les plus grandes, atteint un niveau où les inconvénients à y vivre commencent à dépasser les avantages.

De nombreuses et récentes publications (Viard, Jousseume...) viennent conforter et éclairer cette tendance de fond.

En revisitant la modernité, notamment grâce à la révolution numérique, les territoires ruraux ont une carte majeure à jouer à condition néanmoins de préserver leur environnement et de proposer des modes de vies durables. En d'autres termes, ils disposent des armes pour s'engager dès à présent dans les problématiques de la transition.

* IFOP : "Territoires ruraux : perceptions et réalités de vie." Pour l'association Familles Rurales



L'ambition du tourisme durable pour la Lozère

Dans ce contexte, la politique de tourisme durable que le Conseil Départemental appelle de ses vœux s'inscrit naturellement à la fois dans la réalité du territoire et dans les tendances sociétales à l'œuvre.

Il convient dès lors d'en calibrer l'ambition.

Celle-ci doit être à la fois forte et engagée mais sans être perçue comme une politique de la contrainte pour les acteurs du territoire qui ont besoin de consolider et développer leurs activités.

Elle doit refléter l'importance de l'ancrage dans le temps des lozériens et celle d'un territoire qui fait lien par la force de sa nature et de ses paysages.

Dans ce contexte, le « **développement soutenable** » que pourrait revendiquer la Lozère est d'abord celui de maintenir la qualité environnementale de celui-ci pour les générations à venir, et, souhaitablement de l'améliorer.

Il s'agit bien de faire éclore les concepts de développement durable non seulement dans la dimension environnementale, très importante, mais aussi dans celles de l'économie et du social.

En effet, la compétition entre les territoires, sur une proposition de valeur « durable » va largement s'intensifier, particulièrement pour les territoires ruraux. La maîtrise de l'ensemble de la problématique devient nécessité pour être crédible auprès des différents publics du territoire.



L'ambition du tourisme durable pour la Lozère

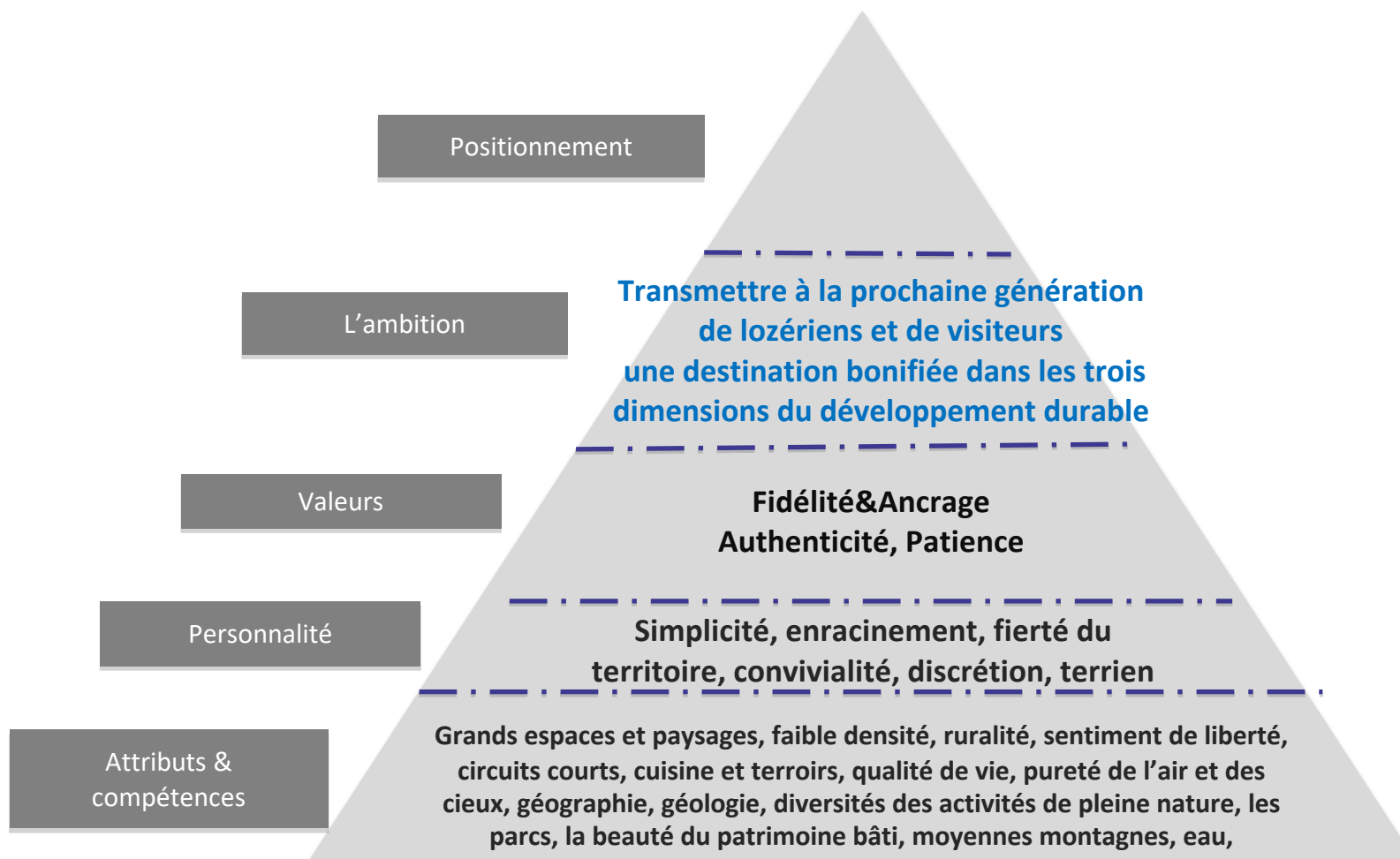
Maintenir la qualité environnementale dans le temps, c'est inscrire les générations futures dans la perspective de la démarche. Il s'agit bien de transmettre un patrimoine naturel matériel et immatériel qui non seulement n'aura pas été dégradé mais mieux encore réparé.

Une politique de développement durable ne peut néanmoins se développer uniquement sur le pilier environnemental ; les dimensions économique et sociale, jusqu'à présent moins déployées (comme dans la plus part des territoires) devront faire l'objet d'une attention particulière. Ces deux piliers nécessiteront le développement fort de la transversalité au sein du Conseil Départemental et, au-delà, dans le territoire.

Au final, la formulation de l'ambition pourrait prendre la forme suivante :

**Transmettre à la prochaine génération
(de lozériens et de visiteurs)
une destination bonifiée dans les trois
dimensions du développement durable :
environnementale, économique et sociale.**

La plateforme stratégique pour la Lozère avec l'ambition



Le positionnement

Le **positionnement** indique la **manière singulière** dont l'on **veut prendre place** (sur le marché par rapport à ses concurrents) ou dans le système interne de la stratégie.

A l'interne, c'est bien **le jeu collectif** et **la transversalité** qui sont les **clés de la réussite**.

A l'externe, la force d'attraction et la singularité de la Lozère est celle de proposer de grands espaces préservés fait de nature et de patrimoine en ajoutant le sentiment positif de ne pas être sur-fréquentée.

En prenant cet angle, la Lozère qualifie son offre et se distingue de ses concurrents proches qui disposent aussi d'une offre outdoor (de moyenne montagne), mais qui souffrent d'une fréquentation très forte durant la saison estivale.

Eviter la foule, sortir des destinations convenues, choisir des destinations qui invitent au voyage, à la découverte, à l'expérience singulière (...) font l'objet de nombreuses offres en France et à l'étranger... La Lozère dispose des talents et des atouts pour s'inscrire dans ce type de propositions.

**Ce que doit faire la Lozère,
c'est bien de sortir d'une offre de tourisme
pour revisiter la notion de voyage.**



Le positionnement

Dès lors, le positionnement pourrait s'exprimer de manière synthétique comme :

Cultiver l'imaginaire des grands espaces

Ce n'est pas une signature mais le condensé de l'expression stratégique. Il permet d'exprimer en quoi la Lozère se distingue de ses concurrents.

Ce positionnement consolide l'ambition en matière de développement durable, nécessite de traiter le sujet déjà évoqué des *perceptions* de sur fréquentation estivales et encourage le développement d'un tourisme à l'année. **Il ouvre aussi les perspectives sur de nouveaux marchés comme le ciel étoilé et les lacs.**

Pour autant, il ne faut pas considérer qu'il se substitue à la nécessité de **la transversalité et du jeu collectif** qui sont des conditions fondamentales pour la réussite de la stratégie touristique lozérienne.



La plateforme stratégique

La transversalité et le jeu collectif restent des conditions fondamentales de la réussite.

Positionnement

Cultiver l'imaginaire des grands espaces

L'ambition

Transmettre à la prochaine génération de lozériens et de visiteurs une destination bonifiée dans les trois dimensions du développement durable

Valeurs

Fidélité&Ancrage
Authenticité, Patience

Personnalité

Simplicité, enracinement, fierté du territoire, convivialité, discrétion, terrien

Attributs & compétences

Grands espaces et paysages, faible densité, ruralité, sentiment de liberté, circuits courts, cuisine et terroirs, qualité de vie, pureté de l'air et des cieux, géographie, géologie, diversités des activités de pleine nature, la beauté du patrimoine bâti, les parcs, moyennes montagnes, eau,

5

Les axes stratégiques

Les axes stratégiques : passer du mode récit au mode projet

La plateforme stratégique permet de définir la direction et les finalités de la démarche ; elle forme un récit ou un manifeste qui porte une déclaration de politique générale.

Les axes stratégiques traduisent la plateforme en mode projet. Ils vont permettre de transformer l'ambition en actions. A chaque objectif stratégique se rattache des objectifs opérationnels (mode chantier) qui définissent les actions prioritaires à réaliser.

MODE RECIT

Positionnement

Cultiver
l'imaginaire
des grands espaces

L'ambition

Transmettre à la prochaine génération
de lozériens et de visiteurs
une destination bonifiée dans les trois
dimensions du développement durable

MODE PROJET

4 objectifs
stratégiques

Objectifs
opérationnels

Objectifs
opérationnels

Objectifs
opérationnels

Objectifs
opérationnels

MODE CHANTIER

Cultiver l'imaginaire des grands espaces

Transmettre aux prochaines générations de lozériens et de visiteurs une destination durable bonifiée dans ses trois dimensions

1

Fabriquer
les outils de
pilotage

2

Embarquer
les acteurs
publics/privés

3

Lancer
les chantiers
opérationnels

4

Produire
une nouvelle
prise de parole

Transversalité et jeu collectif sont clés

Fabriquer les outils de pilotage du tourisme durable

Mener une politique de développement touristique durable nécessite :

1

- Une coordination étroite avec la stratégie départementale Transition Ecologique et Energétique;
- La définition des indicateurs pertinents permettant de mesurer l'avancée de la stratégie et de faire savoir (valoir) à l'interne et à l'externe « les preuves » des engagements pris. Corollairement : nécessité de définir un point zéro de la mesure;
- La mise en place d'un observatoire et d'une gouvernance de l'observation;

Sur un certain nombre d'indicateurs environnementaux, la Lozère devrait disposer d'éléments très valorisants en tirant avantage notamment de sa faible densité. Ils permettront de prendre rapidement la parole sur le développement touristique durable.

Embarquer les acteurs publics et privés dans la stratégie de tourisme durable

Cet objectif stratégique concerne :

2

- La mise en place d'une charte du tourisme durable en Lozère comme démarche de progrès;
- Le développement d'une Fabrique du tourisme durable (articuler compétences Parcs, CCI, CD, LT, LD) permettant notamment la tenue de rencontres du tourisme durable régulières;
- L'accompagnement des acteurs du tourisme;
- Le développement de la connaissance des offres du territoire pour les prestataires et les saisonniers (éduc tour);
- Un travail auprès des associations sportives et culturelles pour la mise en tourisme de leurs événements sur les ailes de saison;

Fabriquer les outils de pilotage du tourisme durable

Lancer les chantiers opérationnels du tourisme durable en Lozère

3

Cet objectif stratégique se déclinera en plusieurs grands volets :

- La politique des lieux qui rassemble de nombreux sujets relatifs aux investissements matériels et immatériels sur des éléments du territoire;
- La politique sociale du tourisme;
- La politique de l'innovation;
- La politique de préservation et de valorisation;

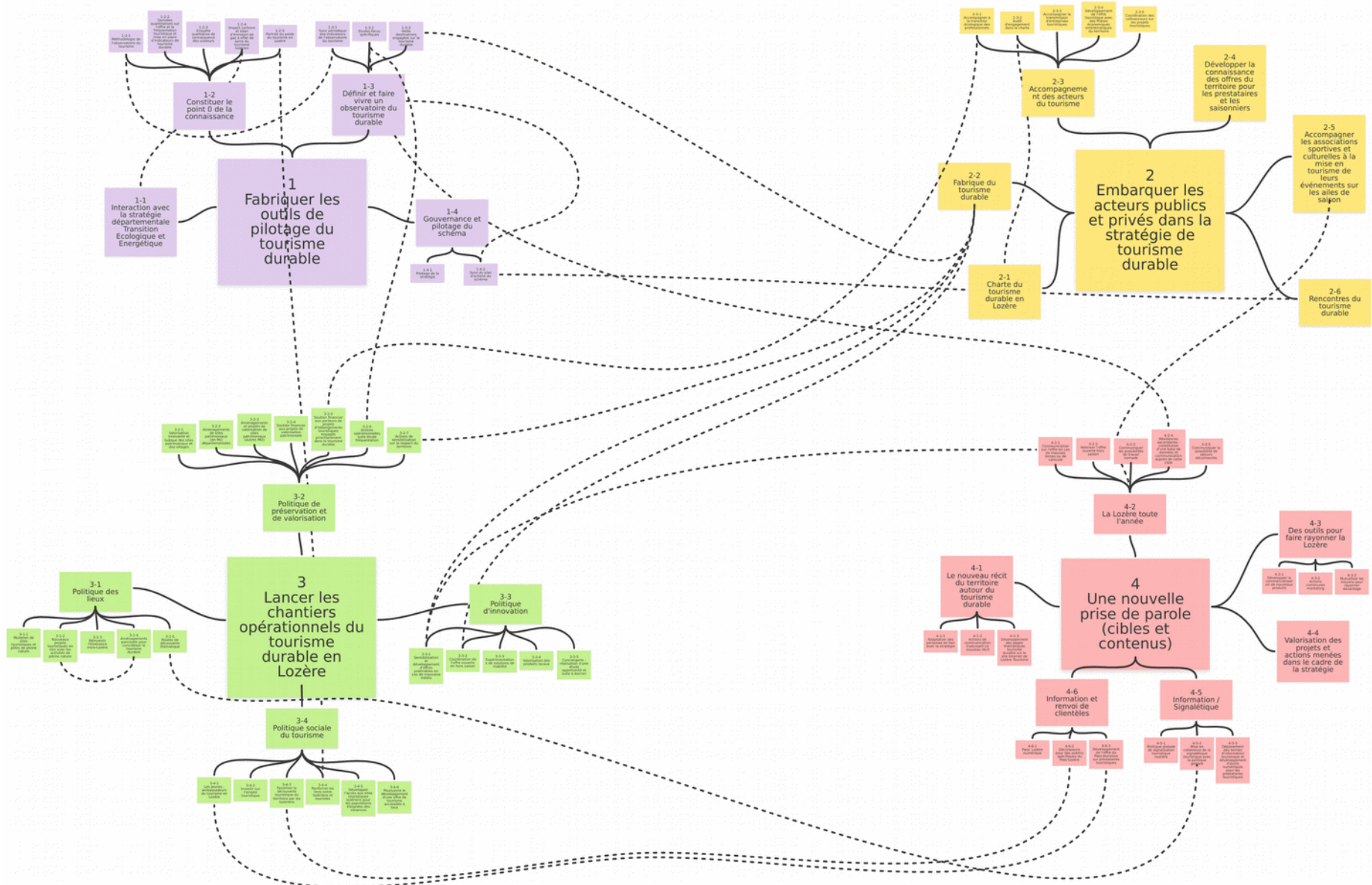
Une nouvelle prise de parole

4

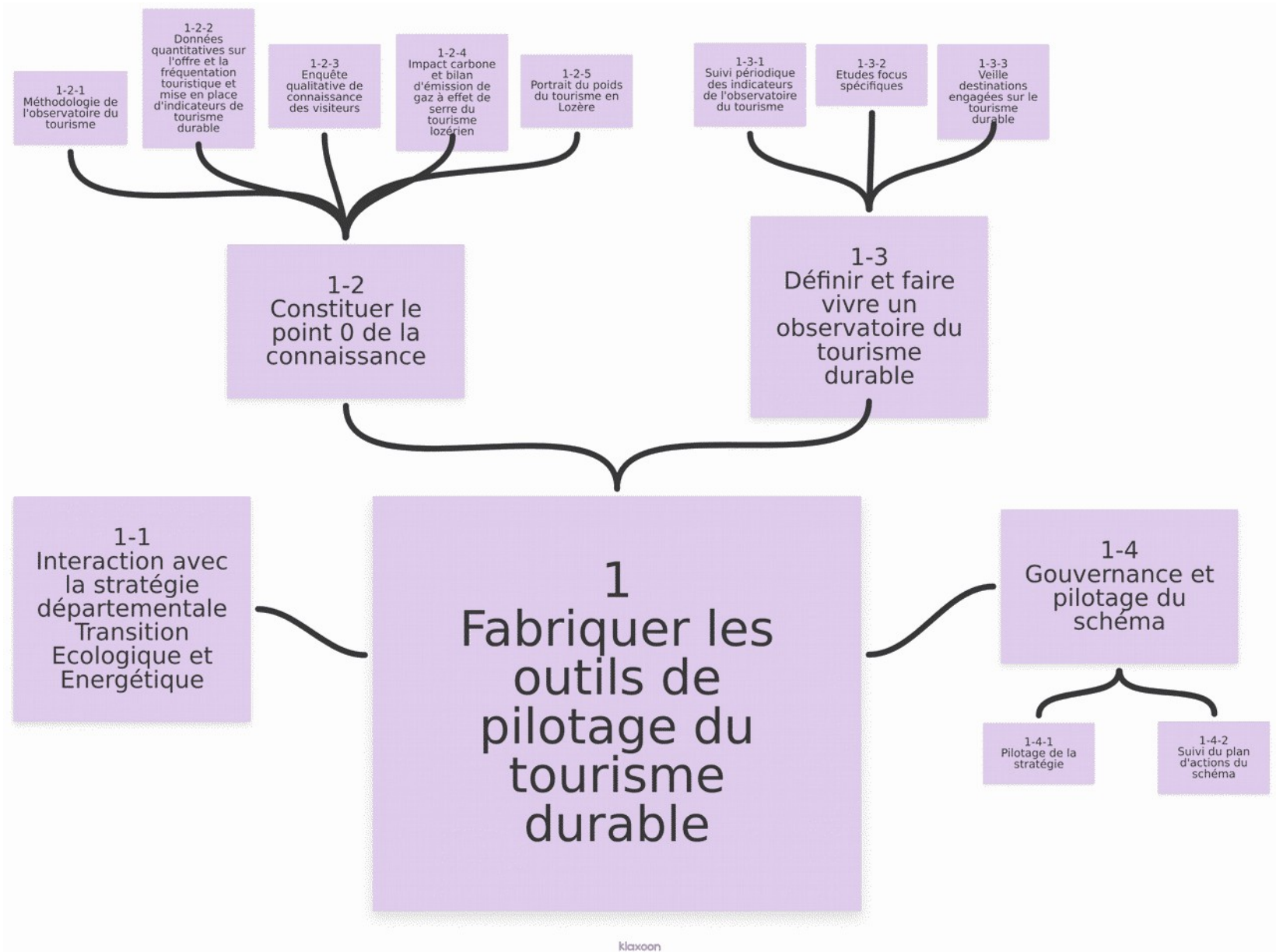
Cette nouvelle politique nécessitera de mettre en œuvre une nouvelle prise de parole.

- Fondamentalement, le positionnement sur les Grands espaces n'est pas remis en cause et on continuera à capitaliser sur cette image.
- Cependant, il s'agira de le compléter et de l'enrichir par la dimension développement durable qui doit apparaître clairement dans la communication aux visiteurs et aux résidents.
- Communiquer sur des offres alternatives aux incontournables;
- La destination Lozère toute l'année (la météo comme alliée...);
- Des outils pour mieux faire rayonner la Lozère;
- Valorisation des actions menées liées à la nouvelle stratégie;
- Amélioration de la signalétique et de l'information touristique sur le terrain;
- Information et renvoi de clientèles;

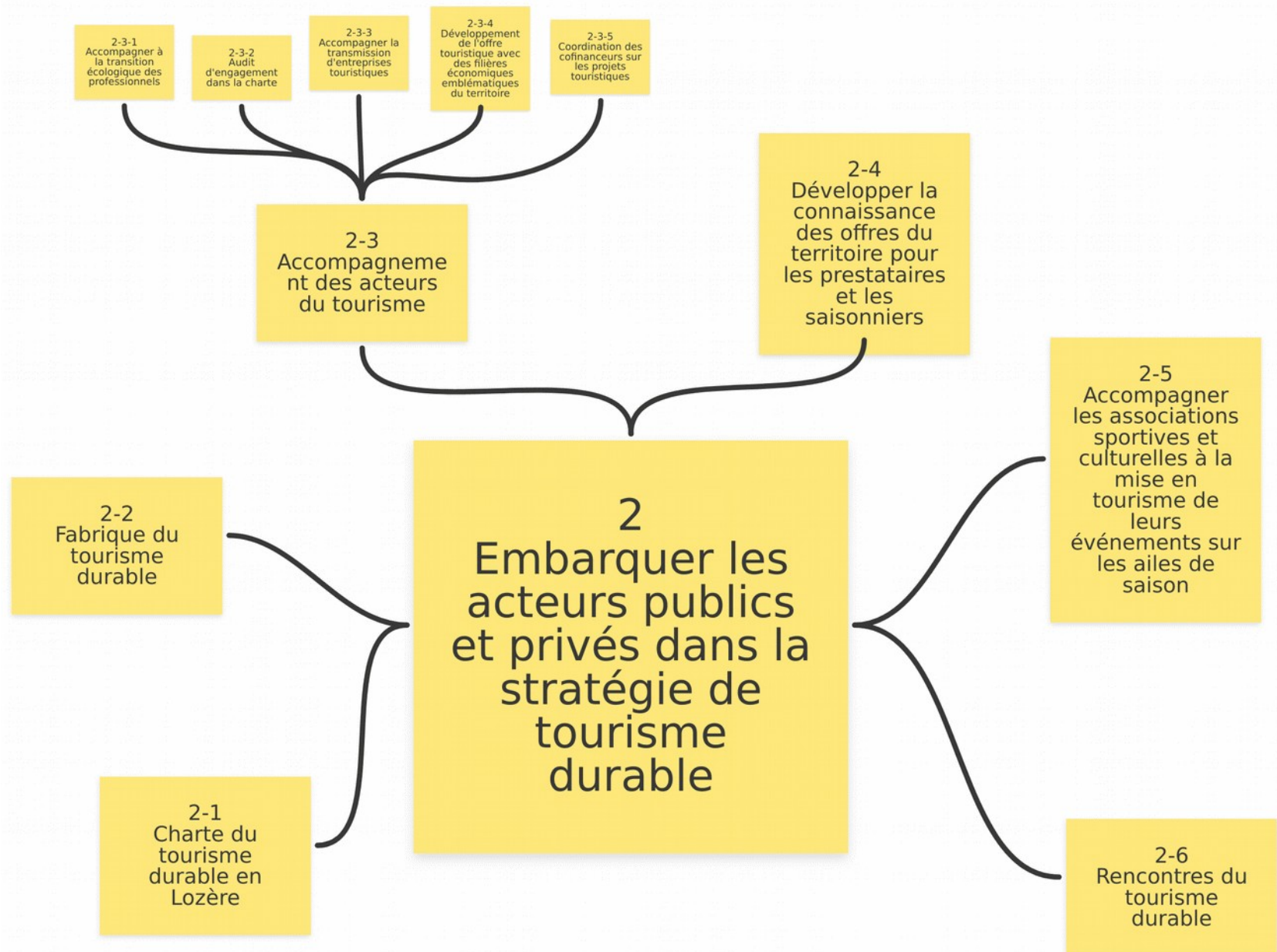
Le plan d'actions



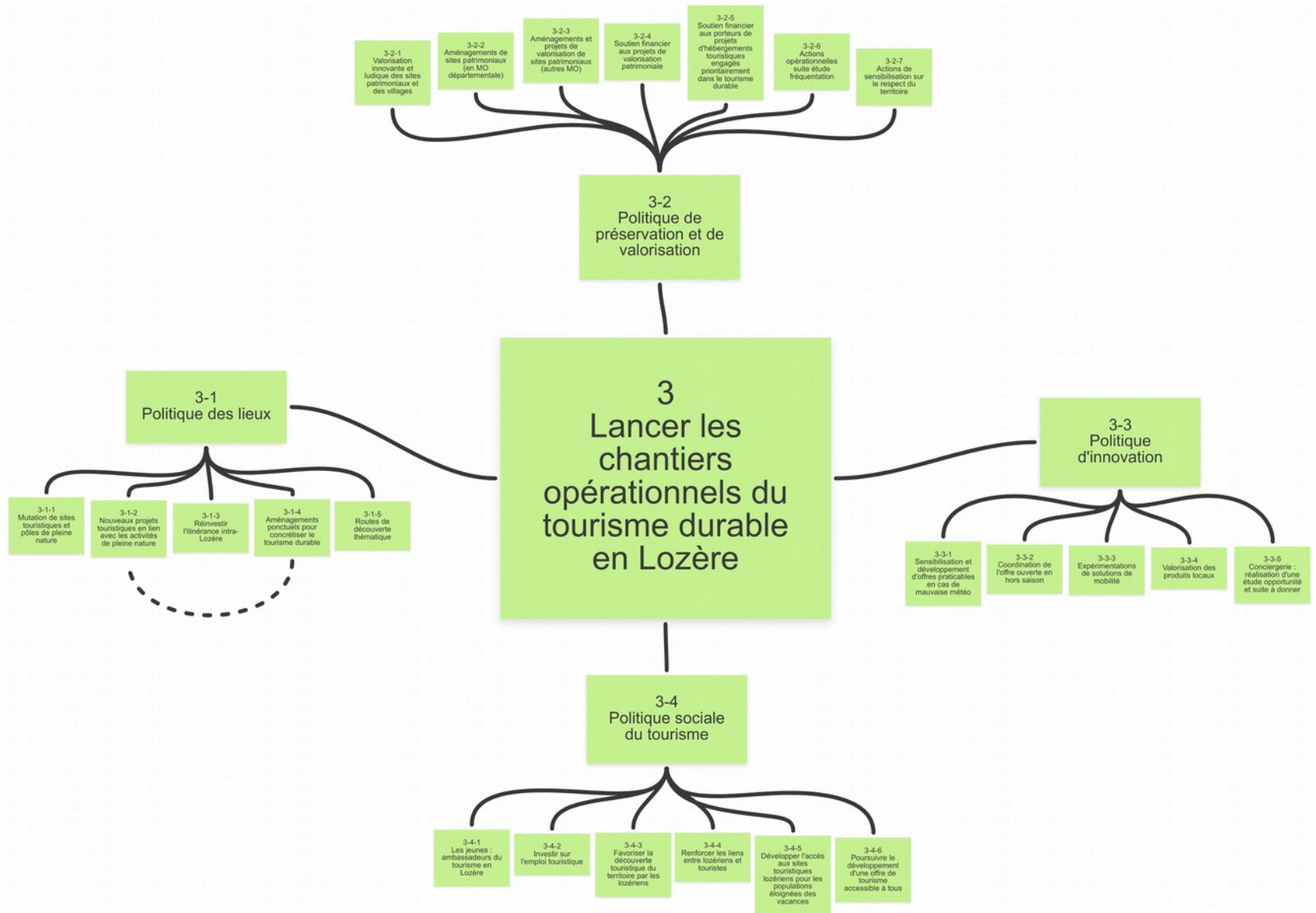
Le plan d'actions



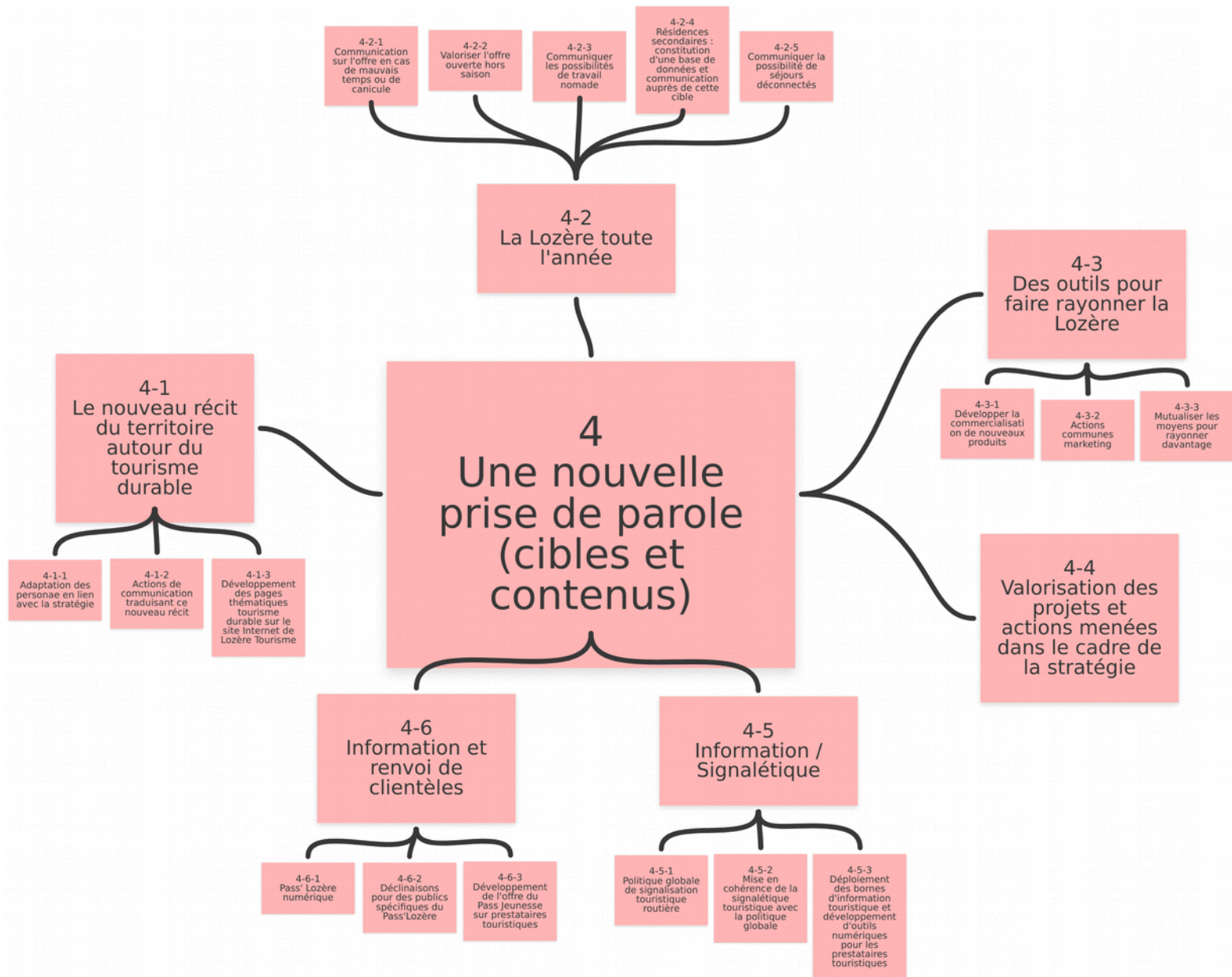
Le plan d'actions



Le plan d'actions



Le plan d'actions



Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
Objectif 1 - Fabriquer les outils de pilotage du tourisme durable				
1-1	Interaction avec la stratégie départementale Transition Ecologique et Energétique	- Coordonner la stratégie touristique avec la stratégie départementale de transition écologique et énergétique	Enrichissement de la stratégie départementale de transition écologique et énergétique des actions mises en oeuvre dans la stratégie touristique "vers un tourisme durable" Intégration dans la stratégie touristique au cours de sa mise en oeuvre des orientations transversales de la stratégie départementale de transition écologique et énergétique	Conseil départemental
1-2	Constituer le point 0 de la connaissance	- Savoir mesurer dans le temps l'impact de la stratégie de tourisme durable		
1-2-1	Méthodologie de l'observatoire du tourisme	- Fiabiliser et élargir les données brutes de la fréquentation - Développer des indicateurs de suivi du tourisme durable en Lozère - Définir les méthodes, périodicités, livrables de l'observatoire avec les outils existants ou avec des nouveaux outils	Accompagnement externe pour définition d'une méthodologie partagée pour l'observatoire du tourisme en lien avec les différentes composantes d'analyses présentées dans les actions suivantes. Constitution d'un tableau de bord d'indicateurs qui couvre les trois piliers du tourisme durable : l'environnement, l'économie, le social.	Lozère Tourisme
1-2-2	Données quantitatives sur l'offre et la fréquentation touristique et mise en place d'indicateurs de tourisme durable	- Développer l'analyse quantitative de l'offre et de la fréquentation touristique de la Lozère - Associer les parties prenantes aux collectes de données.	Production des données et production d'une analyse annuelle des données relatives à l'offre et à la fréquentation touristique ainsi qu'au suivi d'indicateurs de tourisme durable.	Lozère Tourisme
1-2-3	Enquête qualitative de connaissance des visiteurs	- Améliorer la connaissance des visiteurs et de leurs attentes en termes de tourisme durable pour faire évoluer l'offre et adapter la stratégie de communication sur la destination	Réalisation en propre ou focus au sein d'un travail d'échelle régionale d'une étude qualitative des touristes lozériens.	Lozère Tourisme
1-2-4	Impact carbone et bilan d'émission de gaz à effet de serre du tourisme lozérien	- Mesurer la part liée au tourisme des émissions de gaz à effet de serre - Approcher l'impact carbone de l'activité touristique en Lozère	Dans le cadre de la stratégie départementale de transition écologique et énergétique, réalisation d'un focus du bilan d'émission de gaz à effet de serre de l'activité touristique. Approche d'un bilan carbone du tourisme en Lozère et définition d'indicateurs de suivi au long du schéma.	Conseil départemental
1-2-5	Portrait du poids du tourisme en Lozère	- Caractériser finement le rôle et l'impact de l'économie touristique. - Traduire en données objectives le rôle du tourisme dans la structuration du territoire, dans l'offre de services, dans les dynamiques socio-démographiques. - Décloisonner la connaissance.	Caractérisation socio-économique du tourisme en Lozère (emploi / chiffre d'affaires généré / impact territorial / externalités / approche de "l'économie résidentielle") et définition d'indicateurs pour suivre l'impact socio-économique du tourisme sur le territoire tout au long du schéma	Conseil départemental
1-3	Définir et faire vivre un observatoire du tourisme durable	- Disposer de ressources d'observation à jour pour le suivi des politiques publiques en matière de tourisme et l'accompagnement des porteurs de projets		
1-3-1	Suivi périodique des indicateurs de l'observatoire du tourisme	- Décliner dans la durée l'observatoire du tourisme	Sur la base de la méthodologie définie (action 1-2-1), mise en oeuvre du suivi des indicateurs définis, production des données et des analyses aux périodicités prévues. Publication annuelle sur l'observatoire du tourisme lozérien.	Lozère Tourisme

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
1-3-2	Études focus spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> - Relever les spécificités du tourisme en Lozère et les étudier au cours du schéma - Approfondir des problématiques identifiées pour décliner des plans d'actions spécifiques 	Réalisation d'études spécifiques, notamment sur : <ul style="list-style-type: none"> - la fréquentation des sites pour adapter l'information des visiteurs - les résidences secondaires 	Lozère Tourisme ou Conseil départemental
1-3-3	Veille sur des destinations engagées sur le tourisme durable	<ul style="list-style-type: none"> - Bénéficier de retours d'expériences sur les thématiques du tourisme durable par d'autres territoires engagés dans cette dynamique - Contribuer à la "Fabrique du tourisme durable en Lozère" (action 2-2) par des exemples inspirants 	<ul style="list-style-type: none"> - Veille par les différents partenaires dans les réseaux dont ils sont membres, - Identification et partage d'expériences pouvant répondre aux enjeux du tourisme durable en Lozère - Adhésion à l'association ATD. 	Multi-partenarial
1-4	Gouvernance et pilotage du schéma	- Réussir le jeu collectif et transversal.		
1-4-1	Pilotage de la stratégie	<ul style="list-style-type: none"> - Piloter la mise en oeuvre de la stratégie tourisme - Organiser les instances de suivi de cette stratégie - Réorienter la stratégie au cours de sa mise en oeuvre si nécessaire 	Mise en place d'une organisation du pilotage de la stratégie : <ul style="list-style-type: none"> - chargée de mission dédiée au Conseil départemental - comité technique entre Conseil départemental et Lozère Tourisme - comité de pilotage associant élus départementaux, Lozère Tourisme, Région, Consulaires, EPCI, Parcs 	Conseil départemental
1-4-2	Suivi du plan d'actions du schéma	- Suivre la mise en oeuvre du plan d'actions	Mise en place d'outils de suivi de la stratégie : tableau de bord de la mise en oeuvre des actions Evolution du plan d'actions, intégration de nouvelles actions si nécessaire dans le respect de l'ambition, du positionnement et des axes de la stratégie et validés par le comité de pilotage.	Conseil départemental et Lozère Tourisme
Objectif 2 - Embarquer les acteurs publics et privés dans la stratégie de tourisme durable				
2-1	Charte du tourisme durable en Lozère	<ul style="list-style-type: none"> - Etablir un document "références" pour engager les parties prenantes - S'accorder sur une vision partagée du tourisme durable 	Co-construire avec les acteurs un cadre pour le tourisme durable en Lozère sous la forme d'une démarche de progrès. Mettre en cohérence le discours de communication sur le tourisme durable avec cette définition partagée.	Conseil départemental en co-construction avec les différents acteurs
2-2	Fabrique du tourisme durable	<p>Instance de concertation visant à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impliquer l'ensemble des acteurs du tourisme dans une dynamique tourisme durable - sensibiliser et former - Développer la sensibilisation, la formation - Encourager au partage d'expériences entre acteurs du tourisme - Travailler en amont des problématiques afin de réunir les personnes concernées par un sujet pour co-construire des solutions / actions et suivre le sujet 	<p>Modalité d'animation de la stratégie touristique visant à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - impliquer l'ensemble des acteurs du tourisme dans une dynamique tourisme durable - sensibiliser et former - partager et transférer des expériences - co-concevoir des projets en lien avec la stratégie. <p>En fonction du sujet traité les personnes associées à la fabrique du tourisme durable pourront être différentes et l'échelle territoriale également. Les compétences des différents partenaires de la stratégie touristique pourront être mobilisées dans ce cadre.</p>	Lozère Tourisme et Conseil départemental

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
2-3	Accompagnement des acteurs du tourisme	- Appuyer les acteurs du tourisme dans leur engagement dans la direction d'un tourisme durable		
2-3-1	Accompagner à la transition écologique des professionnels du tourisme	- Faire évoluer les professionnels du tourisme en matière de tourisme durable pour un meilleur positionnement de la destination Lozère sur ce sujet.	- Aider les professionnels du tourisme à faire évoluer leur offre dans la direction du tourisme durable - Développer l'accompagnement à des labels ou classements en lien avec le tourisme durable	Structures d'accompagnement des porteurs de projets : (CCI, offices de tourisme, Lozère Tourisme, Lozère Énergie, Chambre d'Agriculture, PNC, PNR Aubrac, CAUE, Cévennes Ecotourisme)
2-3-2	Audit d'engagement dans la charte	- Favoriser l'adhésion à la charte du tourisme durable en proposant un accompagnement et un audit des acteurs	- Auditer les acteurs souhaitant s'engager dans la charte du tourisme durable Lozère (action 2-1) - Suivre et accompagner les acteurs dans leur démarche de progrès	A définir suite à l'action 2-1
2-3-3	Accompagner la transmission d'entreprises touristiques	- Permettre le maintien de l'offre touristique en assurant la transmission des entreprises - Prospecter et accompagner des porteurs de projets	Dans le cadre de Lozère Nouvelle Vie, accompagnement de la transmission-reprise des entreprises touristiques, actions de prospection ciblées et accompagnement des porteurs de projets.	Réseau Lozère Nouvelle Vie en lien avec la démarche Occitalité du CRTLO
2-3-4	Développement de l'offre touristique avec des filières économiques emblématiques du territoire	- Développer de nouveaux produits touristiques en lien avec les acteurs économiques du territoire - Permettre la rencontre entre visiteurs et acteurs du territoire au quotidien - Développer des produits touristiques pour toutes saisons	Actions envisagées : - Développement de l'offre agritouristique - Développement de l'offre touristique en lien avec les métiers d'arts - Développement de l'offre touristique de tourisme industriel	Chambres consulaires
2-3-5	Coordination des cofinanceurs sur les projets touristiques	- Développer et coordonner la mobilisation des fonds publics au profit des projets touristiques	Coordination des projets de territoire et des dispositifs avec les différents cofinanceurs pour la meilleure complémentarité sur les projets touristiques (Leader, FEDER, Massif-Central, Vallée du Lot, Région, EPIC...) Accompagnement des porteurs de projets touristiques souhaitant se développer ou créer un projet afin d'optimiser les subventions au regard de leur plan de financement.	Conseil départemental
2-4	Développer la connaissance des offres du territoire pour les prestataires et les saisonniers	- Responsabiliser les acteurs par un meilleur partage de l'information territoriale et des objectifs la stratégie touristique Vers un tourisme durable - Donner toutes les clés pour permettre aux acteurs en relation directe avec les touristes de partager le territoire, de faire connaître son offre, favoriser les renvois de clientèles entre sites touristiques	- Création d'éduc-tours à l'échelle des destinations touristiques et de la Lozère - Organiser la bourse aux brochures	Offices de tourisme Professionnels du tourisme Lozère Tourisme

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
2-5	Accompagner les associations sportives et culturelles à la mise en tourisme de leurs événements sur les ailes de saison	- Proposer aux associations qui organisent un événement culturel ou sportif de les accompagner à créer, promouvoir et commercialiser un produit touristique autour de leur événement.	- Identification des événements culturels et sportifs d'envergure en aile de saison, - Echange avec les associations porteuses de la manifestation pour évoquer la mise en tourisme (cibles, produits pouvant être associés,....), - Construction de produits touristiques (événement, hébergement, restauration, visites de sites...), - Promotion, valorisation et commercialisation du produit	Offices de tourisme Lozère Tourisme Opérateurs de commercialisation
2-6	Rencontres du tourisme durable	- Inscrire dans la durée la stratégie de tourisme durable	Tous les 2 ans, partager les réussites, porter à connaissance les bonnes actions, engager ceux qui sont encore restés à la marge.	Conseil départemental et Lozère Tourisme
Objectif 3 - Lancer les chantiers opérationnels du tourisme durable en Lozère				
3-1	Politique des lieux	- Concrétiser le tourisme durable au travers des lieux touristiques (sites touristiques, lieux de pratiques, espace public...)		
3-1-1	Mutation de sites touristiques et pôles de pleine nature	- Accompagner la mutation de sites touristiques vers les 4 saisons et dans le cadre d'une stratégie globale - Accompagner la mise en oeuvre des Pôles de pleine nature - Mettre en oeuvre ces projets d'ensemble	Projets identifiés : - Stations du Mont-Lozère - Pôles de Pleine Nature du Mont-Lozère, de l'Aubrac et des Gorges du Tarn (candidature) - Réserve des Bisons d'Europe	Conseil départemental Structures porteuses des PPN SMIMM
3-1-2	Nouveaux projets touristiques en lien avec les activités de pleine nature	- Concevoir et mettre en oeuvre de nouveaux projets touristiques - Développer les activités de pleine nature et en faire un potentiel de développement pour le tourisme durable	Projets identifiés : - Stations de trail - Voie verte la Cévenole - Stratégie départementale vélo - gravel - VTT - Véloroute "la Vallée du Lot à vélo" (V86) - Lacs de Margeride	Conseil départemental SM Ligne Verte des Cévennes SM Bassin du Lot Association Terres de Vie
3-1-3	Réinvestir l'itinérance intra-Lozère	- Réinvestir sur les itinérances intra-Lozère pour améliorer l'offre notamment sur le pédestre via les GRP ou sur d'autres APN (vélo, VVT, cheval) - Répondre aux problématiques d'hébergements touristiques sur ces itinéraires - Renforcer la promotion de ces itinéraires et mettre en avant cette offre à destination des visiteurs sur les grandes itinérances pour leur proposer de poursuivre leur découverte de la Lozère par la suite	- Revisiter les itinérances intra-Lozère pour vérifier l'existence des services minimum (hébergement, restauration) - Conforter et développer l'offre d'hébergements touristiques sur les itinérances (gîtes d'étape notamment) - Développement de l'outil My Trip Tailor - Développer des actions de communication	Conseil départemental Comité départemental de la Randonnée Pédestre Communautés de communes Lozère Tourisme

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
3-1-4	Aménagements ponctuels pour concrétiser le tourisme durable	- Mettre en place les aménagements nécessaires au développement du tourisme durable	Types d'actions identifiés : <ul style="list-style-type: none"> - Bivouac - Racks à vélos - Bornes de recharge pour vélos à assistance électrique - Bornes de recharges pour véhicules électriques - Sanitaires - Aménagement pour la gestion des déchets - Aménagements de parkings - points de départ de navettes - Offre accueil à destination des campings cars 	Conseil départemental (financeur) Collectivités (Maître d'Ouvrage) SDEE (recharge véhicules électriques)
3-1-5	Routes de découverte thématique	- Développer la découverte touristique du territoire, de son patrimoine, de ses spécificités	Développement sous forme d'outils numériques de contenus couplés à des activités ludiques pour permettre la découverte du territoire sous forme de circuits praticables en voiture ou en vélo	Conseil départemental
3-2	Politique de préservation et de valorisation	- Concrétiser le tourisme durable en préservant et valorisant le patrimoine du territoire et son environnement		
3-2-1	Valorisation innovante et ludique des sites patrimoniaux et des villages	- Poursuivre la valorisation des Espaces Naturels Sensibles - Valoriser le territoire et transmettre de bonnes pratiques pour sa découverte de manière pédagogique et ludique - Valoriser les villes et villages et leurs actions en faveur de la mise en valeur du cadre paysager patrimonial (Plus beaux villages de France, petites cités de caractère) ou environnemental (stations vertes)	Types d'actions identifiés : <ul style="list-style-type: none"> - Poursuite des cahiers pédagogiques valorisant les Espaces Naturels Sensibles - Développement d'un outil pédagogique de découverte du territoire, des espaces naturels communs... en alliant l'aspect ludique et pédagogique - Mise en place d'outils de valorisation du patrimoine (QRcode, panneaux...) - Accompagnement à la labellisation de villages (Villes et villages fleuris) 	Conseil départemental
3-2-2	Aménagements de sites patrimoniaux (en MO départementale)	- Valoriser des sites patrimoniaux remarquables	Projets identifiés : <ul style="list-style-type: none"> - Château de Saint-Alban sur Limagnole - Site mégalithique et géologique des Bondons 	Conseil départemental
3-2-3	Aménagements et projets de valorisation de sites patrimoniaux (autres MO)	- Valoriser des sites patrimoniaux remarquables	Projets identifiés : <ul style="list-style-type: none"> - Musée du Gévaudan - Site gallo-romain de Javols - Poursuite des Haut-lieux de l'agropastoralisme : Pont de Montvert et Barres des Cévennes - Actions territoriales des parcs (chemins d'interprétation...) - Ciel étoilé 	Porteurs des différents projets
3-2-4	Soutien financier aux projets de valorisation patrimoniale	- Valoriser des sites patrimoniaux remarquables - Valoriser le petit patrimoine	- Mise en place d'un dispositif de soutien au fonctionnement des musées et sites patrimoniaux - Poursuite du dispositif de soutien à la valorisation du petit patrimoine en Lozère	Conseil départemental

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
3-2-5	Soutien financier aux porteurs de projets d'hébergements touristiques engagés prioritairement dans le tourisme durable	<ul style="list-style-type: none"> - Elargir la période d'ouverture des hébergements touristiques - Développer des hébergements touristiques prenant à coeur les enjeux de tourisme durable - Faire évoluer l'offre actuelle vers le tourisme durable notamment au travers de la rénovation énergétique 	<ul style="list-style-type: none"> - Poursuite d'un dispositif de soutien aux hébergements touristiques dans le cadre de la délégation de l'octroi de l'aide à l'immobilier touristique par les EPCI. - Priorisation de l'aide pour la rénovation énergétique et l'évolution de l'offre vers le tourisme durable. 	Conseil départemental et EPCI
3-2-6	Actions opérationnelles suite à l'étude sur la fréquentation des sites	- A définir en fonction de l'étude focus (action 1-3-2)	En fonction des résultats de l'étude focus (action 1-3-2), mise en place d'actions si nécessaire (gestion des flux, cartographie des points chauds de pollution, adapter les horaires...).	A définir
3-2-7	Actions de sensibilisation sur le respect du territoire	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser les visiteurs au respect du territoire et aux bonnes pratiques - Outiller les structures d'accueil pour que les hôtes soient ambassadeurs de ces bonnes pratiques 	Développement d'outils pratiques pour les prestataires à destination des clients (déchets, consommation d'eau, consommation d'énergie, offres de transport...)	Conseil départemental Lozère Tourisme SDEE EPCI
3-3	Politique d'innovation	- Concrétiser le tourisme durable en développant des solutions innovantes en réponse aux enjeux du tourisme durable		
3-3-1	Sensibilisation et développement d'offres praticables en cas de mauvaise météo	- Inciter les prestataires touristiques à prévoir des équipements connexes pour permettre aux visiteurs de consommer le territoire en toutes saisons	<ul style="list-style-type: none"> - Animation au travers de la fabrique du tourisme durable pour inciter à la mobilisation des professionnels du tourisme sur ce champ - Actions concrètes dans les hébergements touristiques : boîtes de jeux, petite bibliothèque, capes de pluie, gants, système pour le séchage... - Développement de la communication sur l'offre accessible en cas de mauvaise météo (action 4-2-1) 	Lozère Tourisme et les offices de tourisme
3-3-2	Coordination de l'offre ouverte en hors saison	- Inciter les prestataires touristiques à s'organiser pour offrir une base de services minimum toute l'année pour les résidents et aux visiteurs	<ul style="list-style-type: none"> - Animation au travers de la fabrique du tourisme durable pour inciter à la mobilisation des professionnels du tourisme sur ce champ - Animation locale pour la coordination des plannings d'ouverture des établissements en hors saison - Développement de la communication sur l'offre ouverte hors saison (action 4-2-2) 	Lozère Tourisme et les offices de tourisme
3-3-3	Expérimentations de solutions de mobilité	<ul style="list-style-type: none"> - Inciter à une moindre utilisation du véhicule individuel au cours d'un séjour touristique en Lozère - Répondre aux situations d'engorgement des sites principaux (parking, circulation...) en haute saison - Développer et valoriser des lignes directes pour l'arrivée de touristes sur notre destination 	Actions envisagées : <ul style="list-style-type: none"> - solutions innovantes de mobilité bas carbone - journée de la mobilité douce en saison - parkings délocalisés avec navettes - réseau de vélos à assistance électrique ou d'une flotte de véhicules électriques en location 	Région Conseil départemental Collectivités
3-3-4	Valorisation des produits locaux	<ul style="list-style-type: none"> - Encourager l'utilisation des produits locaux dans la restauration touristique - Mettre en avant la gastronomie locale et l'offre de produits à destination des touristes 	Actions mises en oeuvre dans le cadre du projet alimentaire territorial (PAT) notamment création et développement d'un catalogue des produits locaux à destination de la restauration touristique, valorisation de manifestations valorisant les productions locales.	Conseil départemental

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
3-3-5	Conciergerie : réalisation d'une étude d'opportunité et suite à donner	<ul style="list-style-type: none"> - Réaliser un diagnostic afin de connaître les besoins en service de conciergerie - Définir si ce service est indispensable au développement du tourisme du territoire. Si faisabilité acquise mise en oeuvre du projet	Le service de conciergerie au bénéfice des clients, des propriétaires de locations de vacances et de résidences secondaires sont faibles ou inexistantes sur en Lozère. Fort de ce constat, le CDT de la Lozère souhaite réaliser un diagnostic afin de connaître les besoins en service de conciergerie par ces 3 cibles et définir si ce service est indispensable au développement du tourisme du territoire. Types d'actions identifiés : <ul style="list-style-type: none"> - Un benchmark, - Les études adéquates aux 3 cibles - La synthèse 	Lozère Tourisme
3-4	Politique sociale du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Concrétiser le tourisme durable en développant un tourisme social et solidaire ancré au coeur des populations lozériennes 		
3-4-1	Les jeunes : ambassadeurs du tourisme en Lozère	<ul style="list-style-type: none"> - Faire découvrir le territoire de la Lozère aux jeunes issus d'autres territoires et les inciter à revenir par la suite - Encourager les organisateurs lozériens de séjours scolaires ou d'accueils de loisirs à construire leur programme sur la base de l'offre de tourisme durable de la Lozère - Inciter les jeunes à être ambassadeurs de la Lozère 	Actions envisagées : <ul style="list-style-type: none"> - Promotion de l'offre de colonies de vacances qui met en avant le tourisme durable en Lozère - Promotion de l'offre lozérienne pour accueil de loisirs, classes vertes, sorties scolaires... pour faire découvrir aux jeunes lozériens la Lozère et qu'ils en soient ambassadeurs 	Lozère Tourisme Conseil départemental
3-4-2	Investir sur l'emploi touristique	<ul style="list-style-type: none"> - Développer au niveau des entreprises des politiques de ressources humaines et de responsabilité sociale des entreprises - Faciliter l'installation de nouveaux arrivants pour pourvoir les postes dans le domaine du tourisme - Faciliter l'accueil des saisonniers 	Actions envisagées : <ul style="list-style-type: none"> - Accompagnement de démarches de Responsabilité Sociale des Entreprises dans les entreprises touristiques - Promouvoir les offres d'emploi dans le domaine du tourisme et faciliter le recrutement dans les métiers du tourisme par un accompagnement des candidats à l'installation en Lozère - Développer de l'hébergement à destination des salariés saisonniers 	Réseau Lozère Nouvelle Vie CCI AD'OCC Collectivités
3-4-3	Favoriser la découverte touristique du territoire par les lozériens	<ul style="list-style-type: none"> - Développer la découverte touristique du territoire par les lozériens - Permettre en facilitant leur connaissance de l'offre touristique qu'ils soient ambassadeurs pour leurs amis, connaissances, personnes qui viennent les visiter - Permettre aux étudiants qui suivent un cursus en Lozère de découvrir le territoire 	Actions envisagées : <ul style="list-style-type: none"> - Journée des lozériens dans les sites touristiques - Promotion de l'offre touristique de la Lozère en direction des lozériens (habitants, étudiants...) - Pass Lozère dédié aux habitants ou aux étudiants (action 4-6-2) 	Conseil départemental Lozère Tourisme
3-4-4	Renforcer les liens entre lozériens et touristes	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser sur le rôle et la place du tourisme auprès des populations - Proposer aux visiteurs une rencontre avec les habitants et tous ceux qui font vivre le territoire toute l'année 	Actions envisagées : <ul style="list-style-type: none"> - Valoriser l'apport du tourisme au territoire auprès de la population (en lien avec l'observatoire (actions 1-3) et particulièrement l'étude sur l'impact territorial du tourisme en Lozère (action 1-2-5) - Développer des moments favorisant le lien entre visiteurs et habitants notamment via des événements culturels, festifs... - Développer les services locaux portés par les offices de tourisme 	Conseil départemental Lozère Tourisme EPCI et offices de tourisme

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
3-4-5	Développer l'accès aux sites touristiques lozériens pour les populations éloignées des vacances	- Favoriser la découverte du territoire auprès des lozériens éloignés des vacances (personnes en difficulté sociale, enfants accompagnés par l'ASE, personnes handicapées en établissement...)	Mise en place d'actions pour permettre la pratique touristique et couplage possible avec des actions collectives animées par des travailleurs sociaux.	Conseil départemental
3-4-6	Poursuivre le développement d'une offre de tourisme accessible à tous	- Poursuivre le développement d'une offre accessible à tous	Développement et qualification de l'offre accessible à tous au travers du label Tourisme et Handicap notamment. Trouver un mode opératoire pour accompagner les prestataires engagés dans cette démarche (sujet pouvant être traité dans le cadre de la Fabrique du tourisme durable (action 2-2)	Lozère Tourisme
Objectif 4 - Une nouvelle prise de parole (cibles et contenus)				
4-1	Le nouveau récit du territoire autour du tourisme durable	- Formuler un nouveau récit sur le territoire dans le cadre de la stratégie de tourisme durable - Communiquer sur des offres alternatives aux incontournables pour donner toute son ampleur au positionnement stratégique autour des grands espaces		
4-1-1	Adaptation des personae en lien avec la stratégie	- adapter les personae afin d'être en cohérence avec le nouveau positionnement "cultiver l'imaginaire des grands espaces"	- Requestionnement des personae définis dans le cadre de la stratégie de tourisme durable - Développement de nouveaux axes de communication en rapport avec ces nouveaux personae	Lozère Tourisme
4-1-2	Actions de communication traduisant ce nouveau récit	- Recentrer la communication générale de la destination sur l'écotourisme et l'écoresponsabilité	- Promotion du tourisme expérientiel en rapport avec les nouveaux personae - Accueil journalistes et blogueurs - Campagne écotourisme avec le CRTLO - Nouvelles vidéos de promotion Lozère, régions naturelles et activités	Lozère Tourisme
4-1-3	Développement des pages thématiques tourisme durable sur le site Internet de Lozère Tourisme	- Regrouper l'offre "tourisme durable" dans une page dédiée en cohérence avec la vision partagée du tourisme durable (action 2-1) et en s'appuyant sur les labels spécialisés	- Découvertes ludiques et constructives - Aventures Écoresponsables - Découvertes culturelles - Activités sportives - Déplacements - Hébergements et restauration	Lozère Tourisme
4-2	La Lozère toute l'année	- Elargir la saison touristique et développer la fréquentation sur les ailes de saison - Communiquer sur la Lozère par tous temps		
4-2-1	Communication sur l'offre en cas de mauvais temps ou de canicule	- Adaptation de l'offre pour un internet de séjour	- Par temps de pluie - Se mettre au frais - Pour les plus petits - Rien que pour vous - Lacher prise...	Lozère Tourisme
4-2-2	Valoriser l'offre ouverte hors saison	- Progression de la fréquentation sur les ailes de la saison	- Création d'une page spécifique regroupant les principales thématiques sur le critère de la période d'ouverture	Lozère Tourisme

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
4-2-3	Communiquer les possibilités de travail nomade	- Proposer une offre associant espace de travail et activités en hors saison	- Hébergements adaptés - Espaces de coworking - Activités de pleine nature et culturelles pouvant être pratiquées	Lozère Tourisme
4-2-4	Résidences secondaires : constitution d'une base de données et communication auprès de cette cible	- Optimiser le taux d'occupation	Actions envisagées : - Adapter les services de conciergerie (cf action 3-3-5) - Accompagner les propriétaires dans un programme de rénovation (énergétique et création d'un espace privatif) - Intégrer l'offre de location dans le programme de place de marché "Direct Lozère"	Lozère Tourisme
4-2-5	Communiquer la possibilité de séjours déconnectés	- Valoriser l'offre sur les différents supports de communication pour attirer une nouvelle clientèle - Créer un ou plusieurs personae en quête de déconnexion pour une reconnection à la nature	Actions envisagées : - Identifier les prestataires qui se sont positionnés sur ce créneau ou de nouveaux prestataires qui pourraient être intéressés par ce type de séjour - Mise en place d'actions marketing pour toucher une clientèle en quête de retour à l'essentiel	Lozère Tourisme
4-3	Des outils pour faire rayonner la Lozère	- Déployer des outils et partenariats pour valoriser, commercialiser la destination touristique		
4-3-1	Développer la commercialisation de nouveaux produits	- Multiplier les méthodes de consommation de l'offre	- Séjours et activités : Direct Lozère et Relais Gîtes de France - Développement de l'outil "My Trip Tailor" sur l'itinérance - Développement de la clientèle "groupes"	Lozère Tourisme
4-3-2	Actions communes marketing	- Adapter les supports aux nouvelles attentes	- Nouveau site Lozère Tourisme et portails par destinations - Médiathèque commune - Outil de gestion de la relation client partagé - Présence accrue sur les réseaux sociaux	Lozère Tourisme avec les offices de tourisme
4-3-3	Mutualiser les moyens pour rayonner davantage	- Mutualisation d'actions marketing entre les différents partenaires pour la promotion d'une destination ou d'une thématique	- PACT (Aubrac, Cévennes, Gorges du Tarn, Aveyron/Lot/Lozère) - TREMPIN (vélo tourisme, agritourisme, thermalisme) - Entente UNESCO	Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie Lozère Tourisme Offices de tourisme Entente UNESCO
4-4	Valorisation des projets et actions menées dans le cadre de la stratégie	- Faciliter la diffusion de l'information sur les actions mises en oeuvre dans le cadre de la stratégie touristique	Création et diffusion d'information sur les différentes actions développées (Pass'Lozère, circuits patrimoniaux...).	Lozère Tourisme
4-5	Information / Signalétique	- Faciliter l'information des visiteurs et la découverte de la Lozère depuis le réseau routier et l'espace public		
4-5-1	Politique globale de signalisation touristique	- Proposer une signalétique touristique cohérente et homogène sur le réseau routier	Mise en place d'une politique globale de signalisation touristique routière permettant notamment de mettre en valeur les sites touristiques afin d'offrir aux visiteurs un niveau de services et une information routière de qualité (panneaux autoroutiers A75, signalétique d'animation sur routes nationales, schéma de signalisation touristique sur routes départementales).	Conseil départemental

Le plan d'actions

n° Sous objectif	Intitulé de l'action	Objectif	Descriptif sommaire	Pilote de l'action
4-5-2	Mise en cohérence de la signalétique touristique avec la politique globale	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer des circuits touristiques thématiques - Limiter la pollution visuelle en démontant les équipements ou panneaux qui ne sont plus utilisés 	Enlever les panneaux des anciens circuits touristiques dans la mesure où ils ne sont plus lisibles, plus utilisés et où le jalonnement est incomplet. Proposer de nouveaux circuits thématiques avec des outils numériques.	Conseil départemental
4-5-3	Déploiement des bornes d'information touristique et développement d'outils numériques pour les prestataires touristiques	<ul style="list-style-type: none"> - Améliorer l'accès de nos visiteurs à une information touristique de qualité 24h/24 et 7j/7 - Proposer des solutions wifi public et sécurisées aux prestataires touristiques 	Actions envisagées : <ul style="list-style-type: none"> - Installation de bornes touristiques, sous maîtrise d'ouvrage départementale, à proximité de chaque bureau d'information touristique et sur les principaux sites touristiques du département. - Information auprès des prestataires touristiques sur les solutions d'installation de wifi pour répondre aux attentes des visiteurs 	Conseil départemental
4-6	Information et renvoi de clientèles	- Favoriser la connaissance de l'offre touristique existante		
4-6-1	Pass' Lozère numérique	<ul style="list-style-type: none"> - Faire évoluer le Pass'Lozère dans sa version papier actuelle vers une version numérique - Limiter le nombre d'impression, - Mieux connaître l'utilisation de cet outil par les lozériens ou les visiteurs, - Valoriser les offres sur le hors saison et de contribuer à la construction de la GRC départementale, - Faciliter le suivi de l'utilisation du Pass' pour les prestataires. - Inciter de nouveaux prestataires à rejoindre ce dispositif. 	- Développer un Pass'Lozère numérique	Conseil départemental
4-6-2	Déclinaisons pour des publics spécifiques du Pass'Lozère	- Proposer des Pass'Lozère adaptés en fonction des publics visés	- Proposer un pass' numérique en faveur des lozériens, des étudiants, des saisonniers dans leur mission d'ambassadeurs, etc	Conseil départemental
4-6-3	Développement de l'offre du Pass Jeunesse sur prestataires touristiques	Dans le cadre d'une dimension sociale du tourisme, faciliter l'accès aux sites touristiques des jeunes lozériens en étoffant l'offre de sites touristiques insrit dans ce dispositif	- Communiquer sur le Pass'Jeunesse auprès des prestataires partenaires du Pass'Lozère	Conseil départemental

CoM Managing



6

Les annexes

Les documents à consulter

Les rencontres des acteurs du tourisme

- La présentation du tourisme durable
- Les comptes rendus des rencontres

Les padlets

- Le compte rendu de la participation Padlet

Le plan d'action

- Les axes stratégiques
- Les actions opérationnelles par axe stratégique

Co-construire la nouvelle stratégie touristique en Lozère

Vers un tourisme durable 2022/2028

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H21

Comment bien utiliser la page d'expression ?

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H46

Padlet, qu'est-ce que c'est ?

Padlet est une application en ligne qui propose la création de « murs » virtuels collaboratifs regroupant des images, du texte, des sons, des liens internet et des vidéos sous la forme de vignettes appelées « posts ». Il suffit de cliquer sur le « post » pour voir l'intégralité du contenu.



COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H46

Encourager la participation

Pour partager le Padlet, rien de plus simple : les possibilités d'exportation et de partage sont multiples. On peut ainsi exporter le mur sous forme de fichier PDF, image, fichier tableur (Excel ou CSV) mais aussi le partager sur les principaux réseaux sociaux. Enfin, les options de partage de Padlet génèrent un code QR (Quick Response, un code barre en deux dimensions) envoyant directement sur le mur. L'onglet est situé en haut à droite du mur (cliquer sur "PARTAGER").

Pour ceux qui sont loins et même pour s'inscrire dans la protection de l'environnement (consommations d'essence, pollutions liées aux déplacements) pourquoi ne pas essayer de doubler les rencontres en vidéo conférence tout en gardant en m^me temps le pressentiel pour la convivialité ?

— PASSET MARIE LAURE

Et ça c'est pas du greenwahing :-) — PASSET MARIE LAURE

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H46

Les possibilités d'interaction

Tous les utilisateurs qui disposent du lien permettant d'afficher le mur peuvent ajouter des éléments. Vous pouvez ainsi noter de 1 à 5 chaque idée (en cliquant sur l'étoile de chaque post), ajouter un commentaire...

Pour ajouter du contenu, rien de plus simple : il suffit de cliquer sur le « + » situé sous titre de colonne. Le post prendra la forme que vous voyez déjà sur le mur. Il peut être joint des fichiers divers (photos, pdf, illustrations, etc.).

Synthèse des Rencontres des acteurs du tourisme de Lozère du 6 au 10 décembre 2021

COMANAGINGTRAINING 31 JANVIER 2022 18H02

Les valeurs de la Lozère

Les valeurs humaines des habitants de la Lozère, du faire et du savoir faire, de l'être, de l'altérité...

CoManaging

Au cours des Rencontres des acteurs du tourisme, les participants ont réfléchi aux valeurs qui, à leurs yeux, racontent le mieux les lozériens. En décrivant à grands traits le système de valeurs associatives, ils ont dépeint la relation à l'autre, visiteurs ou habitants. Dans les métiers de services comme le tourisme, la compréhension des engagements relationnels (par l'expression verbale et émotive, par la présence physique) a une importance cruciale. Elle permet de mieux prendre conscience de l'expérience subjective vécue par le visiteur lors de son séjour. Elle invite les professionnels du tourisme à consolider leurs points forts, à réduire le décalage entre valeurs revendiquées et valeurs ressenties.

Valeurs du faire, du savoir faire

Patience
Gastronomie
Qualité de vie

Valeurs de l'être

Fierté
Amour
Simplicité
Authenticité

Valeurs de l'altérité

Humain
Ecoute
Attachement
Convivialité
Proximité

Les valeurs

Document PDF

PADLET DRIVE

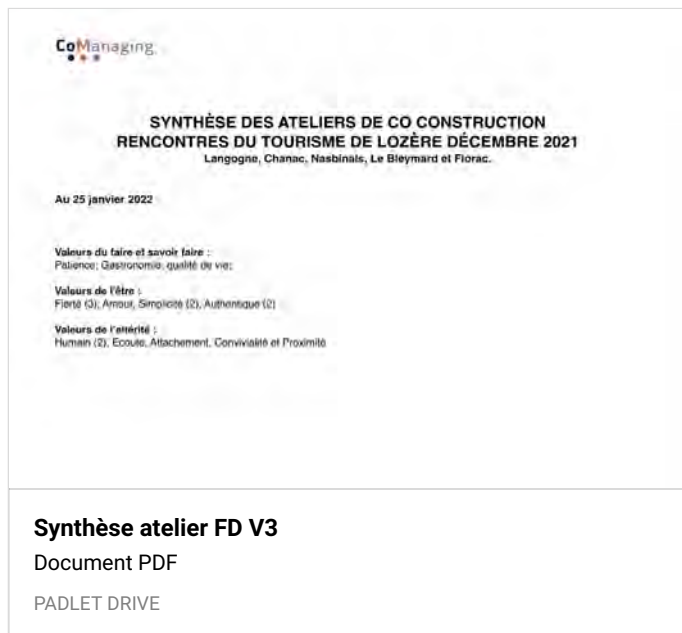
Tout à fait d'accord avec ces valeurs qui définissent notre tourisme et qui sont majoritairement perçues comme telles par nos visiteurs — ANONYME

:-) Je suis l'anonyme du dessus :-)) — PASSET MARIE LAURE

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 09H32

Cinq étapes, près de 160 participants pour relever 6 grands défis...

Près de 160 contributeurs se sont mobilisés pour construire la nouvelle feuille de route touristique pilotée par le Conseil départemental de la Lozère.



CoManaging

SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION
RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021
Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleynard et Florac.

Au 25 janvier 2022

Valeurs du faire et savoir faire :
Patience, Gastronomie, qualité de vie;

Valeurs de l'être :
Fierté (3), Amour, Simplicité (3), Authentique (2)

Valeurs de l'attitude :
Humain (2), Ecoute, Attachement, Convivialité et Proximité

Synthèse atelier FD V3
Document PDF
PADLET DRIVE

ANONYME 02 FÉVRIER 2022 09H06

L'idée de tourisme durable comprend deux facettes 1) conserver et développer les flux de clientèle, c'est ce à quoi s'emploient tous les acteurs: sans client, on ne va pas loin..2) définir les facteurs/critères environnementaux et sociaux qui garantissent une durabilité conforme a la crise climatique, ce second point est très délicat à gérer. Il faut bien entendre que l'évolution climatologique va amener à « durcir » considérablement les exigences dans les 10 ans à venir. Si on définit des critères/exigences faibles, on aura de très nombreux acteurs répondant à ces critères, donc une dynamique forte, mais on prendra le risque d'être accusés de greenwashing, ce qui affaiblirait vite cette dynamique. Si on définit des critères/exigences fortes, on se mettra à l'abri des accusations de greenwashing, mais les acteurs répondant aux critères seront bien moins nombreux. Fixer le niveau d'exigence va donc être un exercice essentiel mais très délicat à gérer.

Mutualiser les chantiers pour faire baisser les coûts ?
— ANONYME

Je pensais à ça pour les toilettes sèches qui ont un coût exorbitant si on cherche un produit efficace et ..innodore ! Mais si une entreprise se déplaçait pour la construction et la maintenance pour plusieurs structures , les coûts pourraient peut être baisser considérablement. — PASSET MARIE LAURE

Défi 1 : Sur l'accueil, de nouvelles idées ?

ANONYME 18 MARS 2022 08H12

Des infrastructures pour le tourisme de pleine nature

Quelques idées inspirées de ce qui se fait dans l'ouest-américain ou dans les pays scandinaves :

- Réseau d'aires de bivouac contrôlées type "Campground" + éventuellement des cabanes "refuges" pour les expé d'hiver

- Zones de "pique-🔥" nature avec abris (pas seulement des tables) sur des endroits stratégiques le long de sentiers de

grandes randonnées (pédestre, vtt, équestre, ...) ou en bord de rivière (pêcheurs, rando-canoë, ...) + éventuellement mise en place de toilettes sèches et quand possible point d'eau. Et oui, certaines activités se pratiquent par tous les temps, mais rien n'est prévu pour cela

- Autres aménagements : passages de clôtures. Différents modèles selon les situations et le public : petite échelle, chicane, passage canadien, ... ; zone de mise à l'eau ; ...

Tout à fait d'accord. Mais aussi avoir une plus grande ouverture de la part du Parc national des Cévennes en terme de bivouac. Les organisateurs ne sont pas des punks, si leur activité crée des désordres, c'est eux qui en seront les premiers impactés. — DAVIDBAYLEDAVIDBAYLE

ANONYME 16 FÉVRIER 2022 22H32

Réseau d'accueil en chemin...

Plusieurs communes de Lozère sont concernées par le chemin de Compostelle, itinéraire dont les valeurs intrinsèques sont bien l'accueil et l'hospitalité et l'itinérance douce est une pratique durable par excellence. L'agence française des chemins de Compostelle propose de déployer en Lozère la charte d'accueil Compostelle pour les hébergeurs, dans la continuité de ce qui se fait en aval dans l'Aveyron et le Lot. Les objectifs de cette qualification de l'accueil? Sensibiliser les hébergeurs aux attentes des itinérants (pratiques, humaines), donner des repères historiques et culturels via une petite formation, favoriser les bonnes pratiques (accueil, gestion des ressources...) via des ateliers en réseau, renforcer les liens entre sociopro, acteurs du tourisme, de la rando... Démarche complémentaire aux organisations portées par les hébergeurs eux mêmes, menée dans 5 autres départements avec les ADT/CDT et les OT



Améliorer la qualité d'accueil : un accueil en phase avec les valeurs de la Lozère

< Pistes de réflexion :

- Comment faire évoluer l'accueil dans une perspective de tourisme durable ?
- Quels seraient les points clés d'une charte d'accueil ou d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information lozérien ?
- Quelles actions emblématiques mettre en œuvre pour développer la culture de l'accueil auprès des prestataires et de l'ensemble des acteurs ?

D'une manière générale, prenons nous exemple sur ce qui se fait à l'étranger sur des territoires ayant les memes caracteristiques que chez nous ? je pense à la Norvège, l'Islande , l'Irlande ...des endroits que je connais , ou l'accueil y est exemplaire que ce soit en OT ou chez les habitants et BnB . Pourquoi pas etablir des contacts avec les ot etrangers et connaitre leurs maniere de collaborer ??. — ANONYME

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 10H02

Les propositions issues des 5 ateliers

👉 A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...

CoManaging

**SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION
RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021**
Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleyrnard et Florac.

DÉFI 1 : L'ACCUEIL

La qualité de l'accueil n'est pas véritablement identifiée comme une problématique forte à traiter (ni plus ni moins qu'ailleurs). En étant mal identifiée, elle n'apparaît donc pas comme une caractéristique propre au territoire. Elle peut être identifiée à travers des conflits d'usage : entre touristes et habitants (voir notion de tension de fréquentation mais pas de sur-tourisme), entre touristes et pratiques agricoles (ex pratiques rando et élevages). Travailler la notion d'hospitalité.

Objectifs identifiés :

- De fidélisation : en renforçant la culture de l'accueil au niveau de tous les acteurs en contacts avec les touristes ; mais aussi des saisonniers.
- De professionnalisation : des socio-pro tourisme pour suivre l'évolution des FCS des visiteurs. En langue, notamment en anglais. Maintenir la même qualité de l'entrée à la sortie de saison.
- De connaissance de l'offre du territoire.
- Associer les touristes aux actions de territoire durable

Actions concrètes :

- Jeu collectif : établir des partenariats entre les offices de tourisme, former les prestataires, accueil lors des murs des OT ; constituer un référentiel sémantique commun sur l'accueil (attitude, vocabulaire, signature...), notamment en ce qui concerne le tourisme durable.
- En direction des saisonniers : logements, journée d'accueil et Educ tour, (gommettes)* (gommettes)*
- Panneautage sur les lieux stratégiques.

Synthèse Rencontres - accueil
Document PDF
PADLET DRIVE

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 15H08

L'accueil touristique en Lozère ne pose pour le moment pas de problème majeur de voisinage pour le moment. Les visiteurs sont respectés parcequ'ils respectent la nature et qu'ils nous font vivre directement et indirectement, c'est un des secteurs économique du département les plus important je pense.-Les perspectives d'un tourisme durable... sujet sensible ! Qu'est-ce que le tourisme durable ? Pour moi, le tourisme durable c'est celui qui génère le moins d'impact carbone possible tout en permettant aux visiteurs un niveau d'épanouissement intéressant voire optimal. Le tourisme durable est celui qui permet aux habitants de générer des revenus sans tomber dans l'exagération. C'est un outil qui permet aux habitants de rénover leur patrimoine et de maintenir les populations sur site. En résumé « Vivre au pays ». Certains secteurs de la Lozère sont délaissés, de part leur accessibilité, leur manque d'activité mais cela peut s'arranger je pense.-La création d'une charte d'accueil peut être un bon point de départ, on le voit avec le Service de Tourisme Durable RECREATER. Cela est l'occasion de former une famille de professionnel par secteur mais, qui peuvent interagir entre eux. Comme dans toute famille, même si on n'a pas tout à fait la même vision, le fait d'être une famille unie permet l'entente et la réalisation de projets communs. Donc, continuez à rassembler les professionnels, je trouve que c'est une super idée.-Les actions emblématiques pour permettre la culture d'accueil : -Des formations axées sur la nature pour les professionnels qui peuvent être dispensées par le RECREATER ou par des professionnels qualifiés (A prévoir Hors-saison).-Mise en place d'événements fédérateurs, comme peuvent l'être les événements sportifs, des manifestations culturelles. Dans la synthèse, je vois qu'il serait bien de fidéliser les saisonniers. C'est une idée intéressante, d'autant plus qu'en tant que prestataire cela éviterai une formation qui demande du temps en début de saison. En matière de sport nature, les saisonniers s'en vont ailleurs par désir de découvrir de nouveaux horizons. Pour un moniteur il est intéressant sur le plan technique de travailler sur des sites comme la Corse, la région PACA et là nous ne pouvons rivaliser puisqu'en Lozère nous avons moins de diversité en terme de sites. La mise en place d'Eductour et la facilitation de logements sont des pistes de travail. Mais en essayant d'aller plus loin, je pense toute personne peut s'installer à son compte en Lozère et encore plus si il y a passé 2 ou 3 saisons. Il connaîtra bien les sites, ce sera peut-être un accomplissement pour cette personne. Il faut voir la concurrence comme une richesse. Certes, nous travaillons avec les personnes ayant les mêmes valeurs mais combien de profils client y-a t-il ? Je crois que c'est indéfini, le plus important c'est de partager sa passion. En outre, la Lozère est depuis toujours un vivier des sports de pleine nature (formation APN Florac dans les années 90-95, formation CREPS La Canourgue, classe environnement Collège, Contrat bleu animé par Dominique Serrano, Collège Sport Nature La canourgue, Sporting-club Florac), continuons dans ce sens là et permettons à ces personnes là de s'installer, accompagnons-les si ils en ont besoin. Si la Région Occitanie avait la volonté de créer une antenne du CREPS en Lozère ce serait génial. Nous parlons d'amélioration d'accueil. Le plus important dans le tourisme c'est d'aimer ce que l'on fait, le faire avec passion. Comprendre les problématiques de ses clients (tout en fixant des limites), avoir de l'empathie. Leur proposer un service de qualité. Si ce n'est par la qualité des installations cela doit passer par le facteur humain. Ces quelques conseils sont à la portée de tous. Ils ne coutent absolument rien. Et puis cessons de nous comparer à d'autres régions. Prenons leurs bonnes idées et développons les. La Lozère est le plus beau des départements. — ANONYME

Merci de votre participation. Très dense et argumentée.

— COMANAGINGTRAINING

Il serait bien qu'un wifi gratuit ou un accès à internet gratuit soit proposé aux touristes sur toute la Lozère. Certains propriétaires, vu le prix, ne proposent pas ce service. Le Département pourrait le prendre en charge ? ... — ANONYME

Défi 2 : Sur les saisons, de nouvelles idées ?

ANONYME 18 MARS 2022 08H24

La pêche et les pêcheurs mais pas que ...

Étant moniteur-guide de pêche, je pêche ici un peu pour ma paroisse. Le tourisme pêche se fait essentiellement au printemps et à l'automne ... Mais, il y a d'autres secteurs d'activités à (re)développer aux 4 saisons : trek hivernal, tourisme naturaliste - photos, spéléologie, du "vrai" canoë-kayal d'eau vive (mais il faut fournir des combinaisons) ...

PASSET MARIE LAURE 06 FÉVRIER 2022 14H42

Visites l'hiver

Sur le thème de la saisonnalité

Très timidement cette année mais j'espère plus régulièrement les années venir, je vais essayer de proposer quelques visites pendant la période ou généralement la grotte est fermée.

Par contre, pas du tout dans les mêmes conditions que pendant la saison.

Le gel nous contraint à fermer et vidanger nos infrastructures donc uniquement pour une visite " à la bonne franquette "

Surtout pas non plus de jours et horaires définis d'avance et fixes (beaucoup trop contraignant en terme de coûts de d'énergie) mais un outil très efficace pour ça : la vente en ligne.

Cela demandera aux personnes potentiellement intéressées, d'être actives et d'aller se renseigner sur notre site pour voir quand il y a des visites et de d'en garantir en achetant au moins une place en ligne.

A voir si les gens sont prêts à faire cette démarche.



COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 15H08

Désaisonnaliser pour un tourisme plus durable

Pistes de réflexion :

- Y-aurait-il d'autres profils de clients à conquérir pour de nouvelles opportunités de développement touristique ? Comment sensibiliser nos clientèles au tourisme durable ?
- Quelles seraient les offres ou expériences qui nous rendraient exemplaires à leurs yeux à la fois sur les volets environnemental, économique, social et solidaire.
- Comment enrichir notre offre, notamment sur les volets culture et patrimoine, pour répondre à leurs attentes ?

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 10H03

Les propositions issues des 5 ateliers

👉 A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...

CoManaging

**SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION
RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021**
Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleyrard et Florac.

DÉFI 2 : DÉSaisonnaliser pour un tourisme plus durable

La question de la « désaisonnalisation » ne peut être regardée dans l'optique d'agir contre les phénomènes de « sur-tourisme ». Si la question a bel et bien été abordée, elle n'a pas recueilli l'assentiment des participants. Il est préférable de parler de « saisons » ponctuelles et géographiquement localisées que de phénomènes « d'embarassements ». Pour autant, la démarche a révélé sans doute une trop forte concentration de l'offre territoriale (animations, événements, culturelle, etc.) sur un temps saisonnier trop resserré.

Objectifs identifiés :

- Travailler sur une programmation plus longue et mieux approfondir les animations locales ;
- Mieux communiquer sur les ailes de saisons ;
- Encourager l'accueil des scolaires hors saisons ;
- Mieux associer les agriculteurs ;
- Développer l'offre d'hébergements, notamment l'hiver. Favoriser les nouvelles formes (résidences, wotring) ;
- Cibler les télétravailleurs et travailleurs nomades ;
- Cibler les clientèles de sports professionnels ;
- Favoriser les établissements ouverts (hébergement et restauration) ; (gammettes)
- Création d'une offre de conciergerie (gammettes)

Actions concrètes :

- Informer les propriétaires des aides à l'isolation, portail d'informations uniques.

Synthèse Rencontres - désaisonnaliser

Document PDF

PADLET DRIVE

👉 — ANONYME

Depuis 2 ans, en tant que professionnel du secteur touristique, on s'est aperçu qu'il y a eu des changements de comportement, de consommation et de fréquentation. On constate énormément de fréquentation en Juillet et Aout, à tel point que les logements sont saturés très tôt. On s'aperçoit que l'ensemble des Villages Vacances qui sont gérés par des gros groupes sont dans un état de délabrement avancé, les clients paye 800€ la semaine, se plaignent mais ça continue. En gros, il ont la gestion mais ils n'investissent pas à leur entretien et au renouvellement (ex : village vacances de Marvejols). Par la suite, il faut que ce soit des entreprises familiales ou privées qui remonte ce type de structure (ex : village vacances de Meyrueis), et il n'y a rien que par ce type de moyen que le département peut avoir une belle offre d'hébergement. Pourtant j'ai vu des personnes, des directeurs de qualité qui essayaient de faire tout ce qu'ils pouvaient pour améliorer ces aspects. Ces personnes là ont besoin de nouvelles perspectives. En terme de profils, oui il y a de nouveaux profils qui sont apparus depuis 2 ans, les familles osent faire des activités en autonomie en été. Mais comme on retrouve cette cible en été je ne sais pas si il est nécessaire de développer cette cible. Avec les équipements mis à disposition je pense que c'est une clientèle qui se développera par elle même. On voit apparaître un autre profil sur les ailes de saison et jusqu'au mois de décembre. Il s'agit des personnes ultra sportifs qui pratiquent souvent des activités par eux mêmes, ils ont le profil du « trailer », « grimpeur » qui a envie de découvrir la région tout seul et peu importe la météo : PackRaft sur le Tarn, Via ferrata, VTT... Soyons franc, il n'y en a que quelques uns mais il y aurait peut-être quelque chose à faire avec les fédérations sportives : la mise en relation des sportifs du département avec ces ultra-sportifs. En ayant le sport comme base d'échange, cela crée des points communs. Sur ce type de public, je pense que le tourisme durable est déjà intégré. Une autre piste de travail peut être de faire venir des marques, deux lozériens font partie du Team Commencal (VTT). Un troisième profil de client que j'ai depuis plusieurs années et qui peuvent être fidèles ce sont les étudiants en fin d'études ou à leur entrée dans le monde du travail. En effet, géographiquement la Lozère est bien placée sur le plan national (5h de Paris, 3h de Toulouse, 2h de Montpellier, 3h de Marseille et Lyon...). Souvent lorsque l'on fait des études, on est dans une promotion qui vient des quatre coins de la France. En étant étudiant, on a pas toujours les ressources pour s'offrir un week-end entre copains. En revanche, lorsque l'on commence à gagner son premier salaire, on qu'une envie : retrouver ses copains et profiter un maximum. Et là, cela peut être une cliente fidèle soit par rapport au logement qu'ils ont choisi, soit par rapport à la diversité des activités proposées. Le profil des travailleurs nomades paraît intéressant mais aujourd'hui beaucoup de départements ou de pays sont sur cette même cible. Je pense que le département a tout intérêt à maintenir ses efforts à l'installation de sociétés travaillant avec Internet...

— ANONYME

Merci de nouveau pour cette prise de parole.

— COMANAGINGTRAINING

Défi 3 : Sur les cibles, de nouvelles idées ?

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 15H08

Les cibles prioritaires à conquérir dans une ambition tourisme durable ?

Pistes de réflexion :

- Y-aurait-il d'autres profils de clients à conquérir pour de nouvelles opportunités de développement touristique ? Comment sensibiliser nos clientèles au tourisme durable ?
- Quelles seraient les offres ou expériences qui nous rendraient exemplaires à leurs yeux à la fois sur les volets environnemental, économique, social et solidaire.
- Comment enrichir notre offre, notamment sur les volets culture et patrimoine, pour répondre à leurs attentes ?

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 10H04

Les propositions issues des 5 ateliers

👉 A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...

Synthèse Rencontres Défi 3 Cibles prioritaires
Document PDF
PADLET DRIVE

niche à exploiter: le tourisme apicole (visite de ruchers avec protection), inconvénient: dépendant de la météo et EPI nécessaires en différentes tailles. En parallèle promouvoir/subventionner la jachère fleurie (fleurs mellifères) pour une meilleure biodiversité pour insectes pollinisateurs & également photogénique — ANONYME

Il faut développer les écoles du Plein air, les sports de plein air comme école de vie. Nous avons tout en Lozère, les valeurs, les sites. Grâce à la Fédération Française de Spéléologie et à la commune de Chanac, une école de Spéléologie existe par exemple, multiplions-les. En Ardèche, c'est un conseiller technique au niveau du département qui s'investit pour protéger le patrimoine souterrain et pour dynamiser les clubs. C'est le meilleur moyen que l'on donne à nos jeunes de découvrir leur région, de bien s'entendre et de s'épanouir. Cela peut être aussi des jeunes à qui l'on donne envie de partager cette même passion. Aujourd'hui l'activité Trail se développe, le Comité de Tourisme de la Lozère l'a compris, c'est une de ces cibles, en revanche il nous faut des personnes ressources pour développer cette offre. Je pense que c'est une très bonne idée de développer des événements comme des Trails locaux et même des courses à plus grande envergure type Ultra-trail. Mais là où on pourrait être performant, c'est en proposant la création des stations de Trail. Si on observe la carte de France, il n'y en a aucune dans le Massif central. Et là où cela peut être super c'est si on arrive à créer un Gîte sportif avec possibilité de travailler les différentes modalités de trail (ex : « mon premier trail », « retour au trail après blessure », « objectif 70km », « dénivelé »...). En Lozère, il existe des petits villages où on peut sortir, partir en courant pendant une semaine sur des sentiers différents sans avoir à prendre la voiture. Le tourisme Ornithologique a sa place en Lozère. Des familles sont très sensibles à cela, ils comptent les espèces via des applications mobiles, c'est une passion simple qui a un impact minimal sur la nature et en plus permet de randonner. Nous n'avons pas la formation nécessaire pour répondre à leurs attentes, le recrutement d'agent saisonnier au Parc national des Cévennes a été une super idée. La mise en place de projets cinématographique fait découvrir le département à toute une équipe qui mange, qui font des activités, qui rencontrent des gens, qui vivent à l'heure de la région pendant quelque temps, nous en avons eu des retombées lors du dernier tournage. Un élément de la culture Lozérienne qui est souvent oubliée c'est la valeur de la famille. Grâce à nos familles, nous grandissons personnellement et ensuite professionnellement. Plus nos familles seront unies, mieux elles s'entendront et plus elles seront sources d'économie pour la région. Il faut continuer à travailler ensemble. C'est la transmission d'un savoir faire qui est en jeu, de valeurs. Alors pourquoi ne pas écrire un livre sur ces belles familles de Lozère ? — ANONYME

Le photographe Raymond Depardon a fait un superbe ouvrage de photos de la Lozère intitulé « Rural ». On y trouve également des portraits. Très inspirant. — COMANAGINGTRAINING

Pour le trail, c'est rigolo j'y pensais hier ! — PASSET MARIE LAURE

Un travail est actuellement en cours par le Département pour mettre en place des espaces trails sur différents secteurs du territoire. — ANONYME

Défi 4 : Sur les flux, de nouvelles idées ?

ANONYME 18 MARS 2022 08H56

Les flux et leurs nuisances ...

Je suis favorable au développement mais attention aussi à encadrer, voir à réglementer les flux qui peuvent occasionner un certain nombre de nuisances : dérangement de la faune, dégradation de milieux naturels, conflits d'usages, ... Les exemples sont nombreux : "la guerre des champignons", les dérives de l'observation du brame sur certains sites, les baigneurs qui font des micro-barrages, le développement sauvage de l'aquarandonnée ou "ruisseling", le camping sauvage chez des privés sans autorisation, les camping car n'importe où, les barrières de clôtures pour les troupeaux non refermées, les incivilités liés aux dépôts d'ordures, les feux de grillades en zones sensibles, ...

Je vois qu'ici nombreux sont pour le développement de la baignade. Je comprend car elle fait partie des attraits majeurs en période estivale. Mais sur certains sites, notamment dans les cascades du haut-Tarn, cela devient du grand n'importe quoi avec tout le cortège des nuisances qui va avec ...

Contre cela plusieurs choses à explorer :

- Concertation entre les représentants des usagers - acteurs
- Mise en place de réglementations et de mesures préventives ou de zonification
- Limitation du nombre de pratiquants ou publics (par exemple via des parkings contrôlés) + accès à certains sites uniquement non motorisé ou avec des navettes publiques
- Création d'Eco-Gardes assermentés (un peu sous le modèle des anciens garde-champêtre)
- Outils de sensibilisation et d'information (exemple : un canoë pédagogique qui se mêlerait au flux touristique dans les gorges pour aller au contact du public - services civiques ?)

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 15H08

Concilier flux touristique (haute saison) et préservation

Pistes de réflexion :

- Quels sont les sites prioritaires à préserver ?
 - Quelles actions mettre en œuvre pour réguler, diffuser le flux sur les périodes en tension, notamment en termes de mobilité intra-département ?
 - Quelles initiatives innovantes déployer pour inscrire la fréquentation des visiteurs dans la préservation de l'environnement (activités tournées vers la préservation, équipement/ usages visant à limiter l'impact de la fréquentation sur les sites ?)
- Quelles formes de mobilités douces à imaginer ?

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 10H04

Les propositions issues des 5 ateliers

👉 A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...

CoManaging

**SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION
RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021**
Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleynard et Florac.

DÉFI 4 : CONCILIER FLUX ET PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Déjà énoncé dans le défi 2, le diagnostic d'une « sur fréquentation » n'est pas partagé (gommettes). En l'absence de chiffres précis venant éclairer la réflexion, c'est avant tout par leur expérience sur sites que les participants se sont prononcés. Il est sans doute préférable d'évoquer le mot « tension/concentration » que « sur fréquentation ». Tension et concentration sur certaines zones géographiques et dans un temps limité (paradôme et nouveaux Facteurs Clés de Succès (FCS), spots géographiques, hébergements liés à la randonnée en itinérance, lieux de baignades, effets d'aubaine économique comme les canots, gestion des flux/stock de véhicules, Réseaux Sociaux Numériques (RSN) et effets mouliniers).

Objectifs identifiés

- Le tourisme comme levier de protection de l'environnement.
- Etablir la capacité de charges des secteurs à risque (principe d'accès Biscuit 100)
- Etablir des statistiques solides de fréquentation
- Travailler sur les mobilités douces (navettes, vélo électrique, etc.) (gommettes)
- Diversifier les lieux de baignade
- Mieux déterminer le rôle des OT
- Consolider l'offre d'hébergements « là où il le faut »

Actions concrètes

- Aménager des lieux de baignades sur le Lot
- Aménagements de parking et navettes « Causse » > « Gorges »
- Création d'un observatoire en temps réel des fréquentations

Synthèse Rencontres Défi 4 Flux

Document PDF

PADLET DRIVE

ANONYME 03 FÉVRIER 2022 09H44

Pour préserver les sites magnifiques de la Margeride qui permettraient de diversifier les flux touristiques (cf. La Margeride 1ère destination touristique du Monde en 2020) nous attendons une position claire et ferme du CDT Lozère contre l'implantation d'éoliennes autour du signal de Fortunio et du lac de Charpal. Une fois que ces machines seront là (outre qu'elles vont dégrader l'environnement fragile) les touristes n'y viendront plus!

Les navettes intra-département sont une magnifique solution, de plus elles permettent de faire des boucles, soit en vélo, rando...L'utilisation d'un vélo électrique pour se déplacer à l'intérieur de la Lozère me paraît compliqué étant donné les tarifs de la location. Une personne qui loue un vélo électrique va profiter de son expérience et ne va pas aller visiter « les loups du Gévaudan » par exemple. En revanche, cela est possible pour un propriétaire de vélo. De plus, il faut réapprendre aux personnes à pédaler, redonner ce goût à l'effort. Il y a tout un réseau de sentier VTT qui n'est pas assez mis en valeur, aussi bien en pistes, sentiers, vélo de descente.

— ANONYME

Défi 5 : Sur les activités, de nouvelles idées ?

ANONYME 18 MARS 2022 08H58

Voir remarque dans Défi 1 : ACCUEIL "infrastructures pour un tourisme de pleine nature aux 4 saisons"

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 15H08

Mauvais temps ! qu'est-ce qu'on fait aujourd'hui ?

Pistes de réflexion :

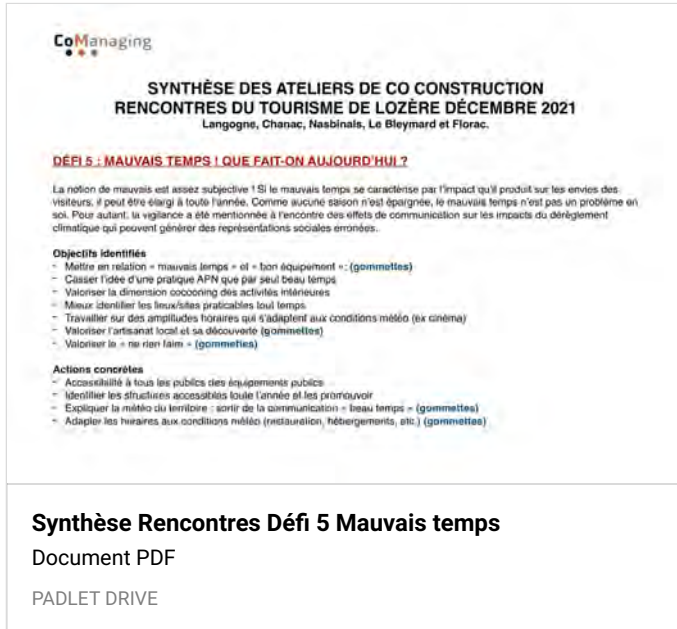
- Quelles offres existantes, quels parcours valoriser et mettre en lumière sur cette thématique ?

- Quelles offres imaginer, notamment dans les domaines de la culture et du patrimoine ?
- Quelle combinaison séduisante proposer sur le thème loisirs pour des cibles plus urbaines ?

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 10H05

Les propositions issues des 5 ateliers

👉 A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...



Synthèse Rencontres Défi 5 Mauvais temps
Document PDF
PADLET DRIVE

ANONYME 03 FÉVRIER 2022 09H53

Malgré l'attractivité de la Margeride, on ne peut pas promouvoir la randonnée itinérante "Tour de La Margeride" parce qu'il manque des hébergements et des services en quantité suffisante pour accueillir les marcheurs aux étapes. En l'absence de volonté du privé, il faudrait que le Conseil départemental prenne en mains la construction d'hébergements bien répartis (au minimum des aires de bivouac).

Cela dépend des activités, tout le monde n'a pas la même vision du mauvais temps. La Lozère est constituée de micro-climats et la même journée on peut avoir de la neige sur la Causse-Méjean avec 50km de vent du Nord et aller grimper dans les Gorges du Tarn en T-shirt sur un versant plein sud. Ces conditions ne se présentent pas tout le temps, mais les gens de la région les connaissent un petit peu... En Lozère, un photographe a décidé de communiquer sur les « brumes », c'est une super idée. — ANONYME

Défi 6 : Sur la Lozère, de nouvelles idées ?

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 15H08

Les Lozériens consomment la Lozère

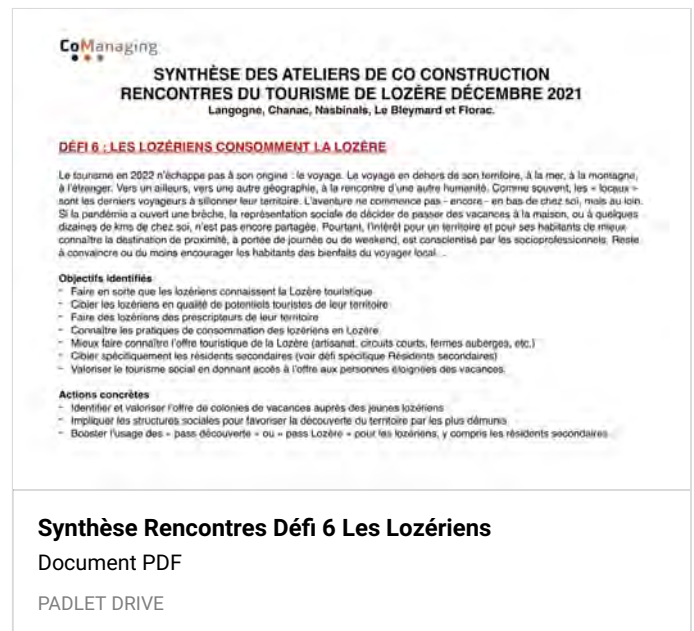
Pistes de réflexion :

- Comment pourrions-nous inventer des offres ou des expériences qui donnent envie aux lozériens de découvrir le territoire sous un nouveau jour ? (Court-séjours, offre culture-patrimoine...)?
- Comment faciliter la consommation locale touristique y compris chez les résidents secondaires ? (Produits, activités, évènements...), comment renforcer la fierté pour une consommation locale ?
- Quelle réponse le territoire apporte-t-il aux lozériens qui ne peuvent pas partir en vacances à l'extérieur ? (Enfants, publics en difficultés sociales, personnes en situation de handicap...) Comment répondre à cet enjeu social ?

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 10H07

Les propositions issues des 5 ateliers

👉 A vous de compléter les propositions et d'en ajouter...



Synthèse Rencontres Défi 6 Les Lozériens
Document PDF
PADLET DRIVE

La Lozère a une double culture historique. Quand allons-nous commencer à l'afficher ? Venir quelque part en France : oui dans un territoire occitan. Les touristes adorent ça. Quand vous allez au Pays Basque vous avez envie de vous croire dans le Berry ? Non. Vous y allez pour la culture basque. Tous les élus sont basco-philés. Quel dommage qu'on ne vende pas notre double culture aussi... https://www.occitan-aveyron.fr/fr/diffusio/source/gramond/cossi-dire-11-helene_SRC27003#wei0%5Breactway0%5D=%7CLiCossiDireV01%7CDefault%7C21%7C1%7CMoVide — ANONYME

C'est la cible la plus gratifiante pour un professionnel du tourisme. Attentif et curieux de découvrir leur propre région. Pour ma part ce sont les meilleurs ambassadeurs. Mais la fidélisation de ces personnes est compliquée. Je pense que cela peut être intéressant d'impliquer les enfants et les parents sur des activités communes. Le personnel des centres de personnes en situation de Handicap font des formations sur des fauteuils roulant tout-terrain. Leur coût reste très important. — ANONYME

Au sujet des résidents secondaires...

COMANAGINGTRAINING 27 JANVIER 2022 10H08

Les propositions issues des 5 ateliers

Comment mieux les connaître ? Comment mieux les informer ? Comment mieux les impliquer dans la vie du territoire ?



ANONYME 01 FÉVRIER 2022 20H40

Pour ma part, les maisons secondaires sont essentielles. La plupart des résidents de maisons secondaires s'intéresse à ce qui se crée et n'hésite pas à goûter. Ce qui n'est pas vraiment le cas des locaux. Si le produit plaît, ils achètent et font partager à leurs convives.

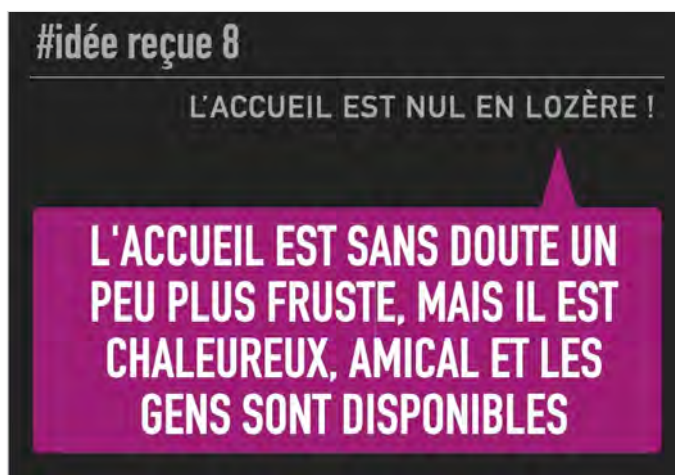
Les personnes possédant une résidence secondaire reviennent de plus en plus dans leurs maisons. Ils changent des fenêtres, ils s'installent à nouveau. Comment les connaître ? en les aimant tout simplement. Ce sont des gens souvent hyper-intelligents qui ont un tas de connaissance et qui n'hésite pas à se mettre à notre niveau pour comprendre comment on vit. Ce sont aussi des personnes ayant un pouvoir d'achat notable et qui sont vraiment reconnaissant lorsque l'on fait du bon boulot. Ils sont générateurs d'idées et nous aide à nous améliorer. Ils sont souvent très bien informés sur la région, le fait de créer de nouveaux événements qui implique la population est une bonne idée : ex : Ultra-trail de Florac, cela fédère les populations autour du même thème : fixer les populations, que les gens restent vivre au pays. — ANONYME

Face aux idées reçues...

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H47



COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H47



COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H47



COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H47

#idée reçue 1

IL N'Y EN A QUE POUR LES SITES CLASSÉS

**BIEN D'AUTRES SITES NATURELS
SONT À DÉCOUVRIR. IL FAUT
QU'ILS SOIENT
TRÈS BIEN INDIQUÉS**

#idée reçue 14

LES RÉSIDENTS SECONDAIRES
NE CONSOMMENT RIEN SUR PLACE

**NON, NOUS VENDONS DE BONS
PRODUITS ET TOUT LE MONDE
EN PROFITE**

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H48

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H48

#idée reçue 12

LE TOURISME DURABLE, C'EST POUR LES BOBOS

**NON, C'EST D'ABORD POUR LES RÉSIDENTS.
LE TOURISME NE SERA DURABLE QUE PAR
UN ENTRETIEN DE NOTRE TERRITOIRE POUR
TOUS LES TOURISTES**

#idée reçue 11

À PARTIR DE SEPTEMBRE, Y A RIEN À FAIRE !

**ARRIÈRE SAISON SOUVENT BELLE.
MOINS DE POPULATION, OFFRE ++ :
FESTIVALS ET ÉVÈNEMENTS HORS
SAISONS, ITINÉRANCE.**

COMANAGINGTRAINING 12 JANVIER 2022 14H48

Les rendez-vous des professionnels du tourisme

#rencontresterritorialesdesacteursdutourisme

Réfléchir Proposer Agir

Sommaire

1. Environnement et tourisme...

Ce qu'en pensent les français qui partent en vacances

2. Vacances d'été : hier, aujourd'hui et demain

Quels impacts de la crise de la Covid ?

3. Le tourisme durable :

Nouveaux enjeux, nouveaux défis

1

Environnement et tourisme ...

Ce qu'en pensent les français qui partent en vacances

**En chacun de nous,
le consommateur est-il en phase avec le citoyen,
quand il s'agit de tourisme et d'environnement ?**

- Les préoccupations environnementales sont de plus en plus fortes et de nombreux indices nourrissent cette perception.
- Objectif : comprendre un peu mieux ce qui, sur ce sujet, se passe dans la tête des français.
- Valider une hypothèse concernant la préoccupation environnementale des français :
n'y aurait-il pas, en chacun de nous, un consommateur et un citoyen ? Le premier est-il bien d'accord avec le second ?

Enquête on-line : 1136 français représentatifs de la population menée conjointement avec G2A et Montagne Leader
Recueil du 17/08/2020 au 25/08/2020

3 enseignements

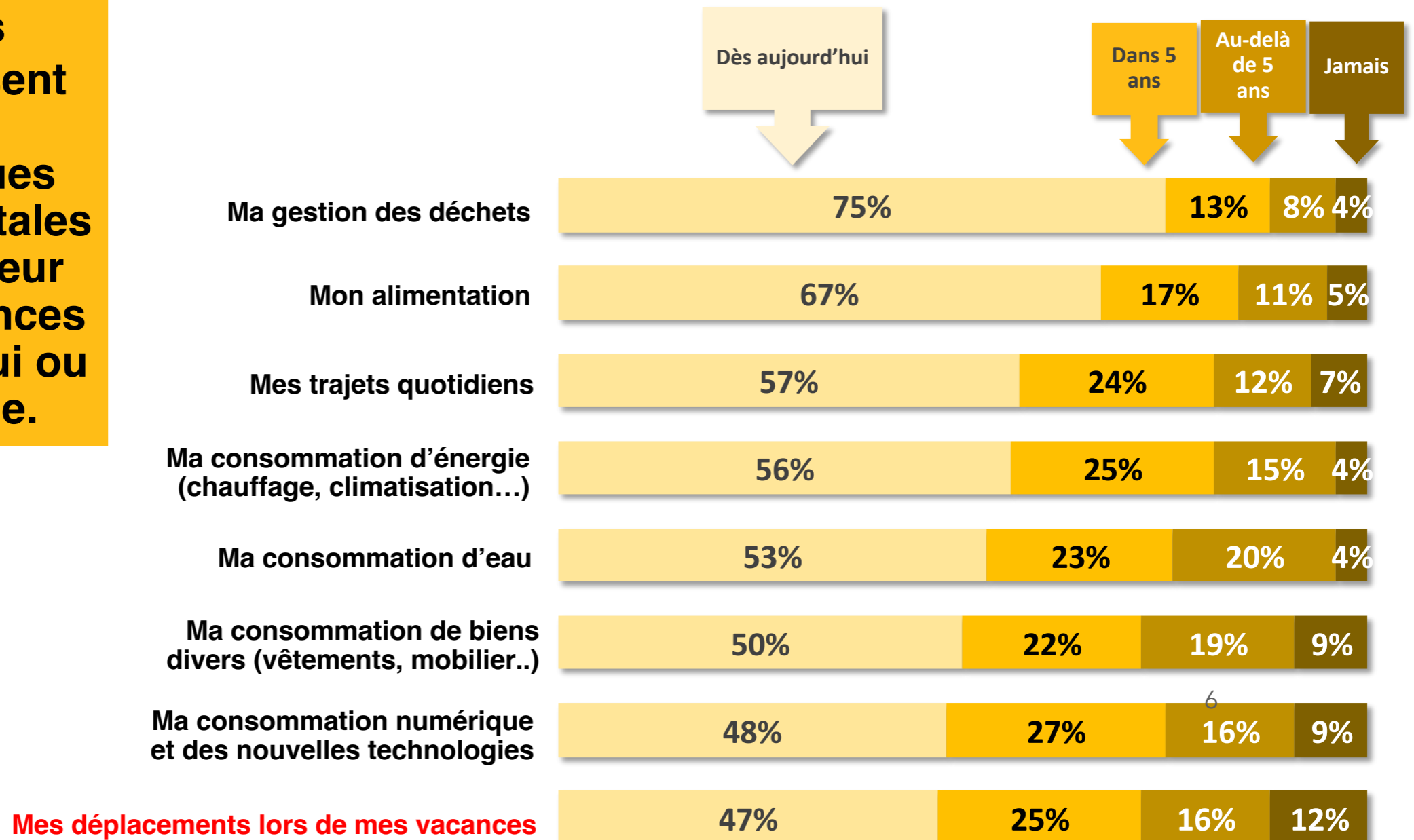
- 1.** L'éveil des « **consciences environnementales** » est bel et bien là !
- 2.** Pour les clients, lorsqu'il s'agit de faire des efforts, « **Nous** » c'est surtout « **Eux** » !
- 3.** Les clients sont prêts à se soumettre à des **règles contraignantes** !

1. L'éveil des « consciences environnementales » est bel et bien là !



72% des français pensent que les problématiques environnementales impacteront leur choix de vacances dès aujourd'hui ou à court terme.

Sur quels items pensez-vous que votre vie quotidienne soit impactée par les problématiques environnementales et climatiques ?

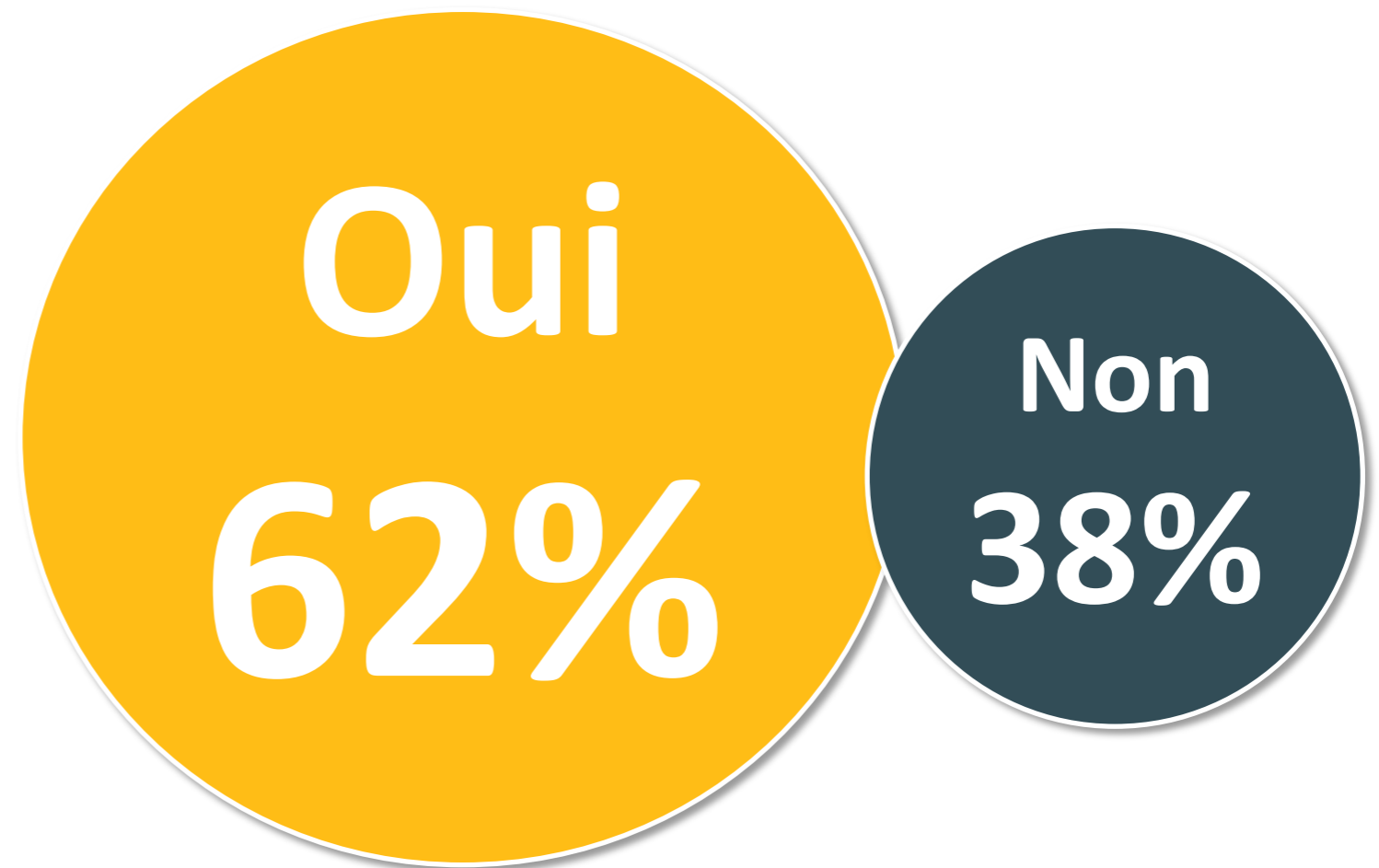


1. L'éveil des « consciences environnementales » est bel et bien là !



Plus de **60%** des français affirment que le respect de l'environnement fait partie des critères de choix d'une destination touristique

A l'heure actuelle, pour vos vacances, le respect de l'environnement fait-il partie de vos critères de choix pour la destination touristique choisie ?

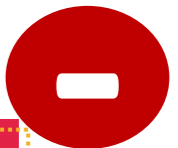


1. L'éveil des « consciences environnementales » est bel et bien là !

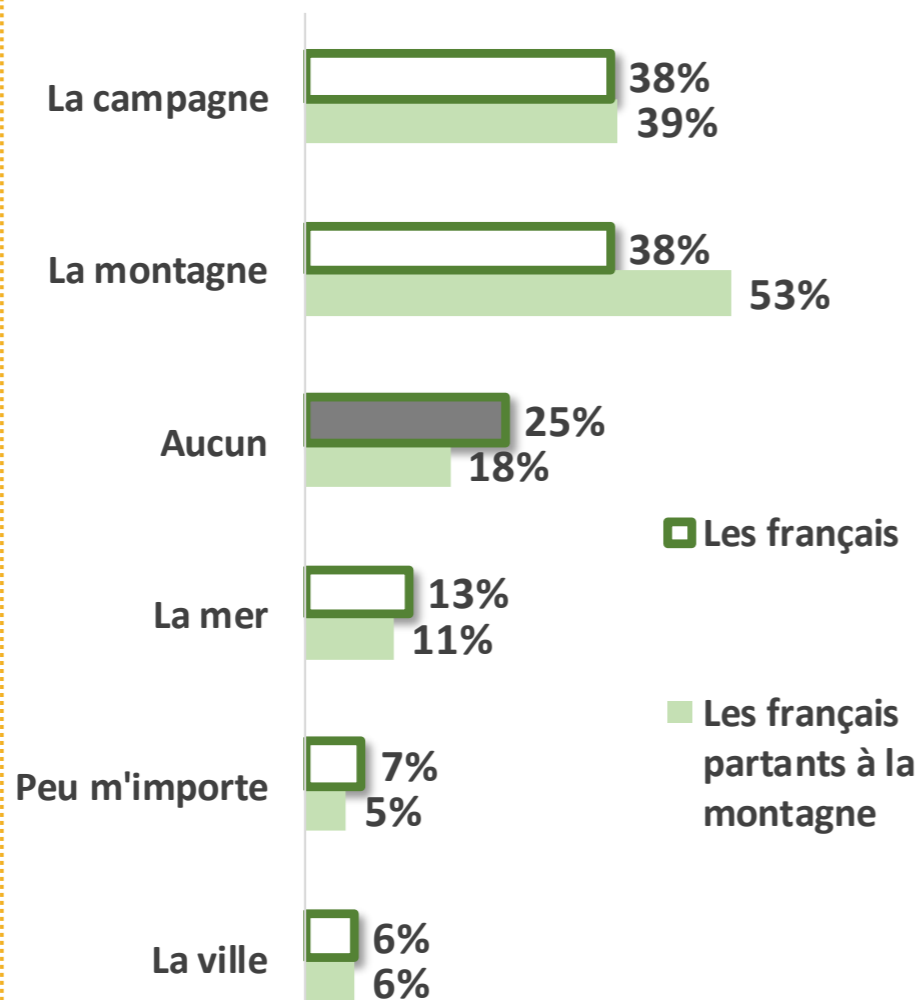


La montagne et la campagne : les espaces touristiques les plus respectueux de l'environnement

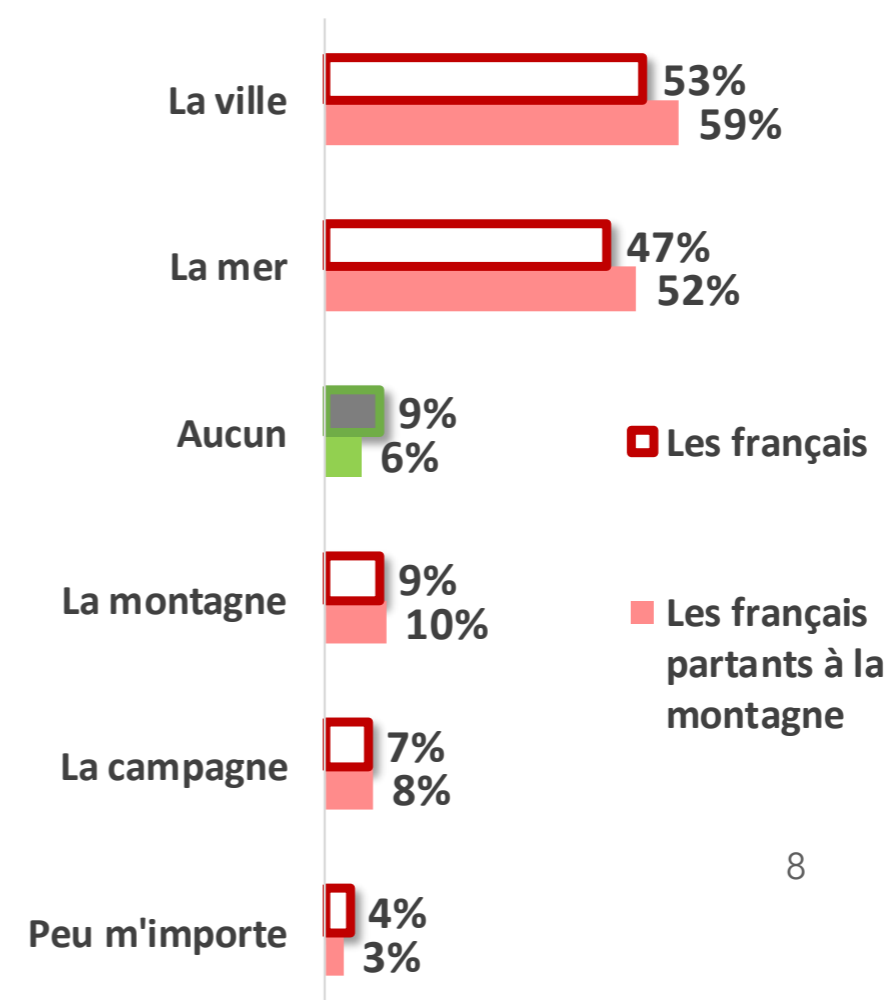
A l'heure actuelle, quels espaces jugez-vous les **plus** ou **moins** respectueux de l'environnement ?



Les plus respectueux de l'environnement ?



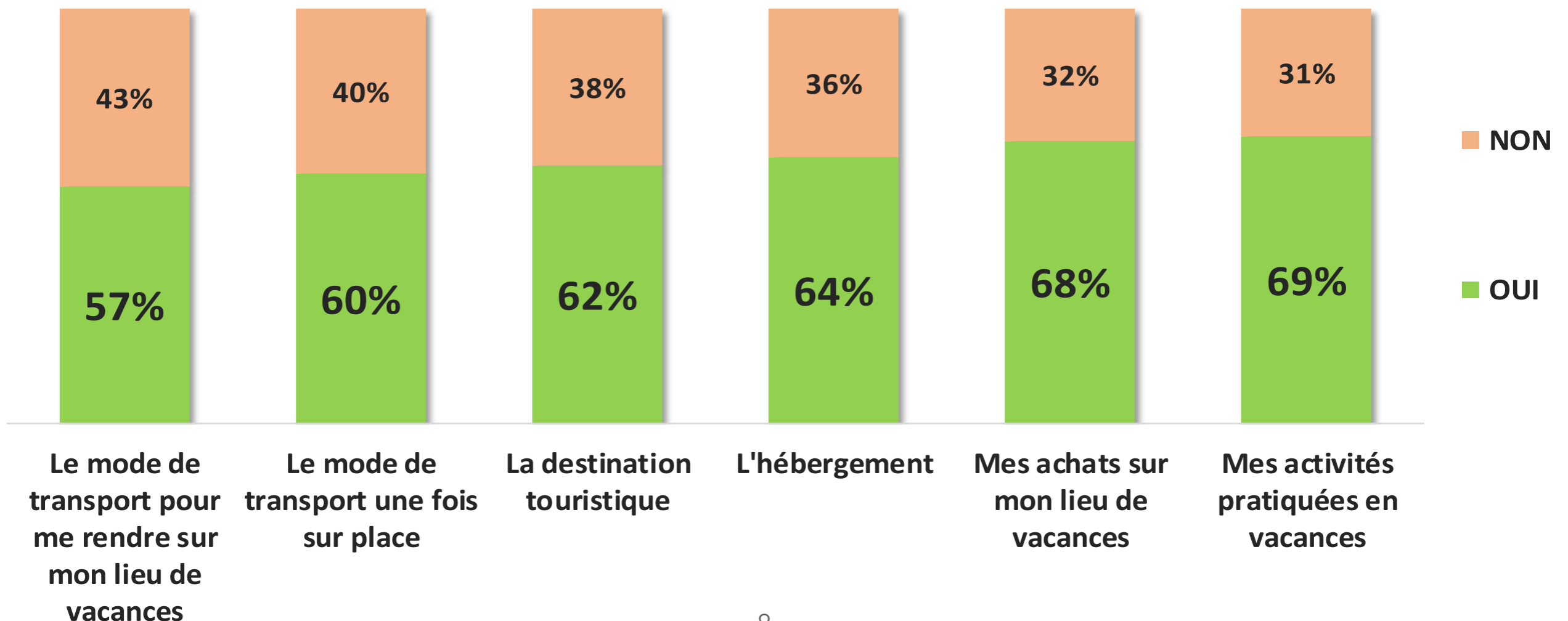
Les moins respectueux de l'environnement ?



1. L'éveil des « consciences environnementales » est bel et bien là !

A court et moyen terme : **2/3** des français vont tenir compte du respect de l'environnement et ce dans tous les domaines pour constituer leur choix de vacances

A l'heure actuelle, pour vos vacances, le respect de l'environnement fait-il partie de vos critères de choix pour ... ?



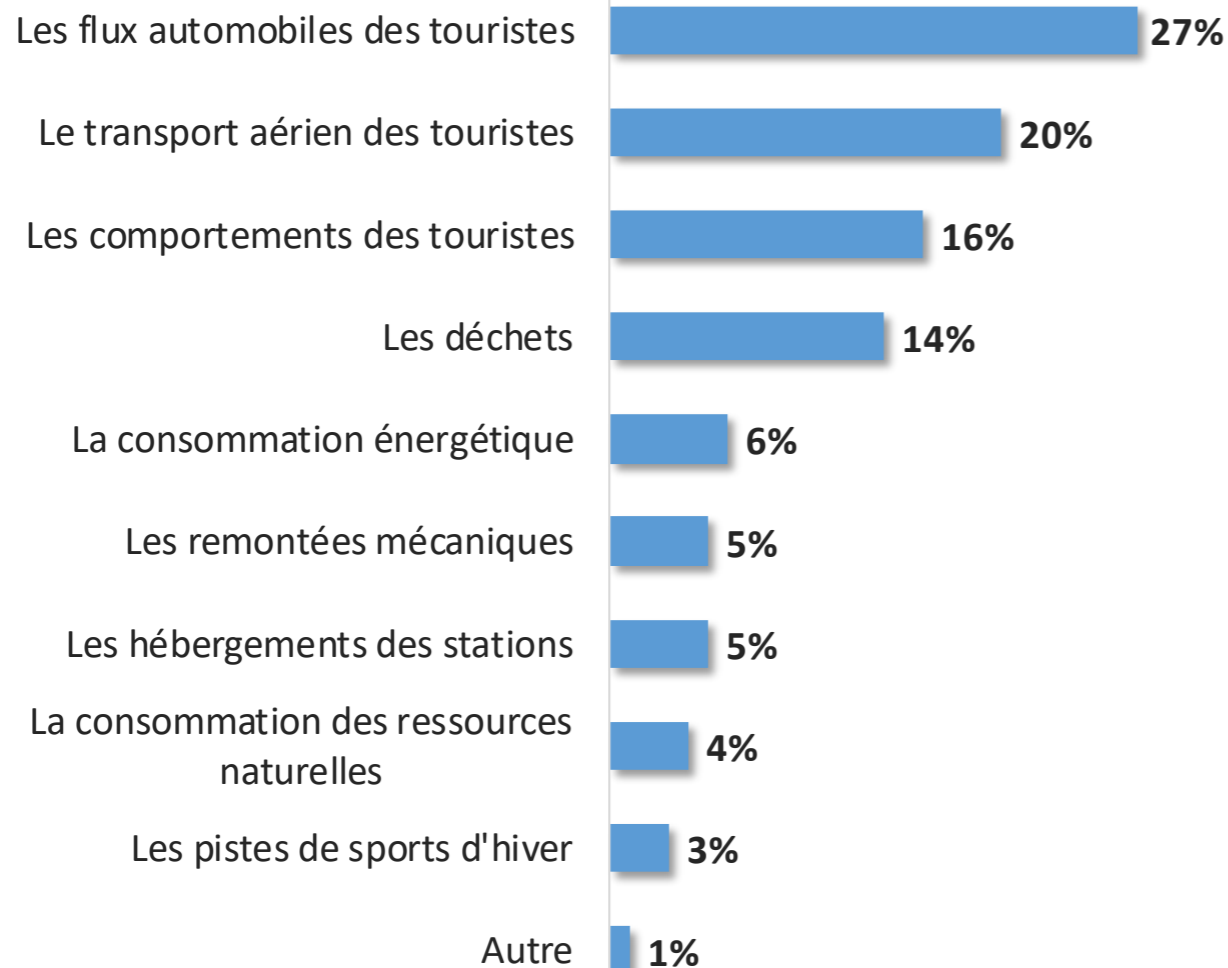
1. L'éveil des « consciences environnementales » est bel et bien là !

Les clients français ont conscience que ce sont leur propre mode de transports et leur comportement qui sont les principaux facteurs de nuisance.

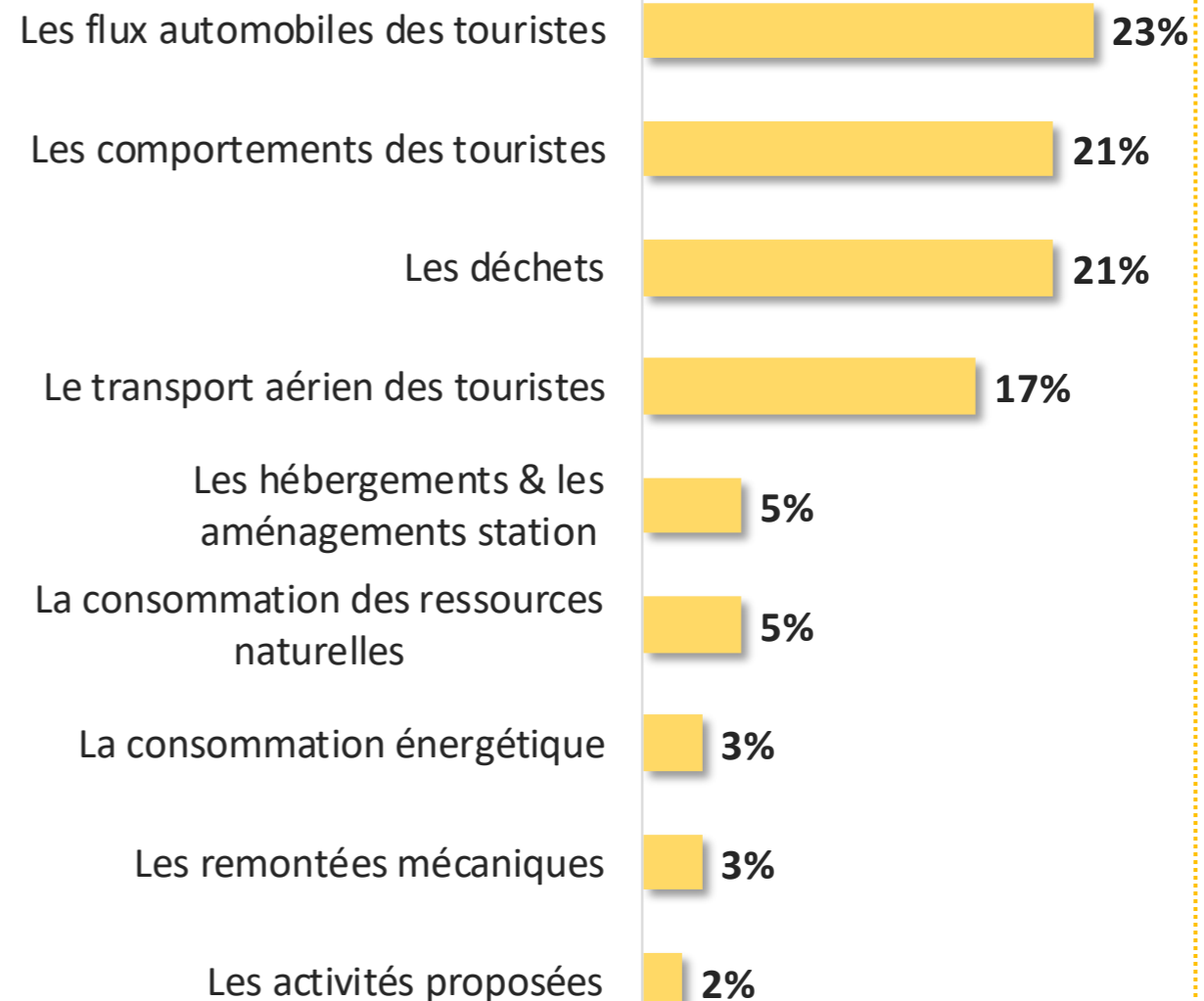
Qu'est ce qui selon vous est le plus impactant pour l'environnement dans les destinations?
(question classement : choix numéro 1 uniquement)



L'hiver ?



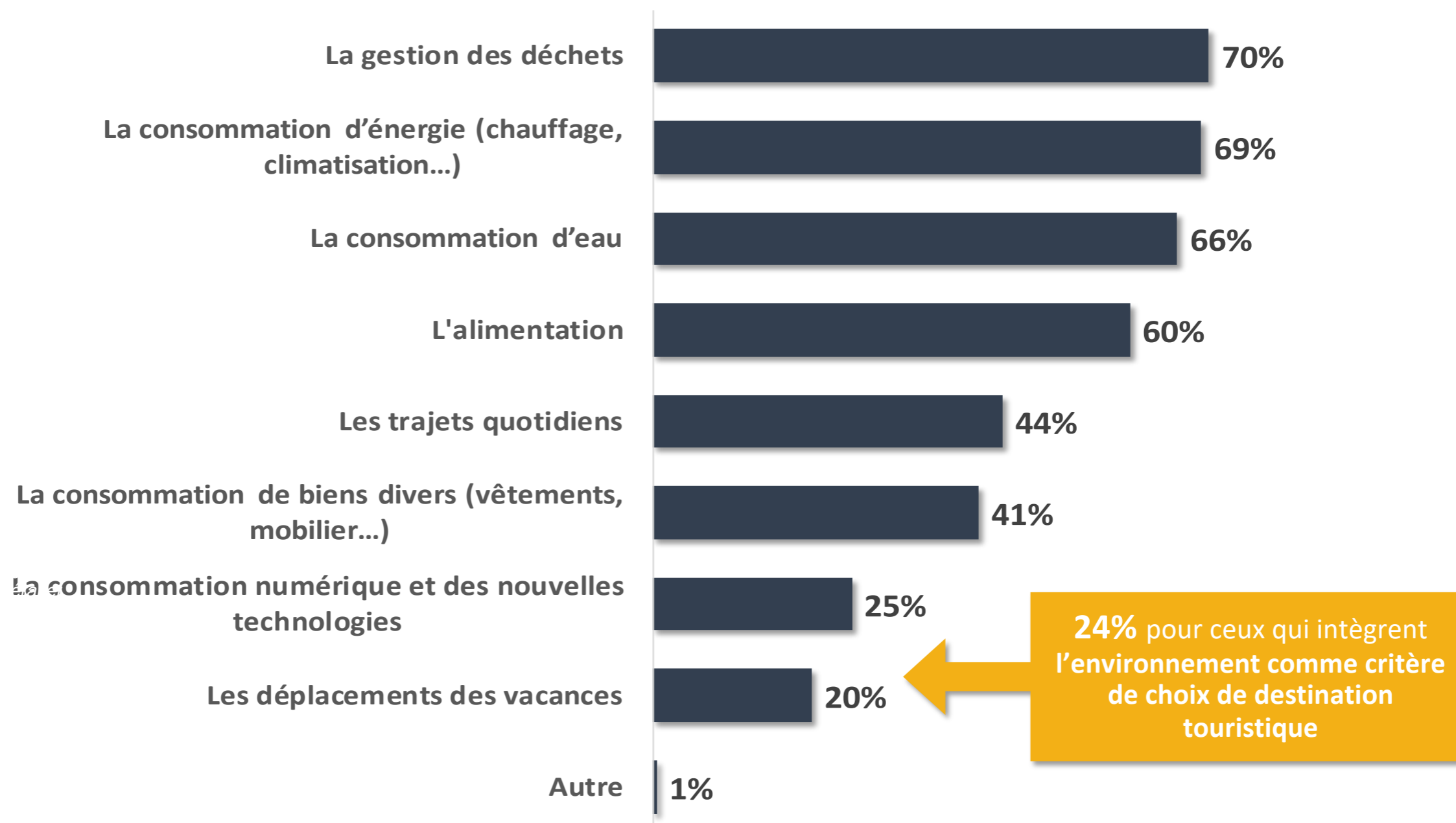
L'été ?



2. Pour les clients, pour faire des efforts, « Nous » c'est surtout « Eux » !

Les citoyens doivent agir, certes, ...mais assez peu pour les vacances

**Vous estimez que les actions en faveur de l'environnement soient le rôle des consommateurs...
Sur quels items prioritaires pour les consommateurs ?**

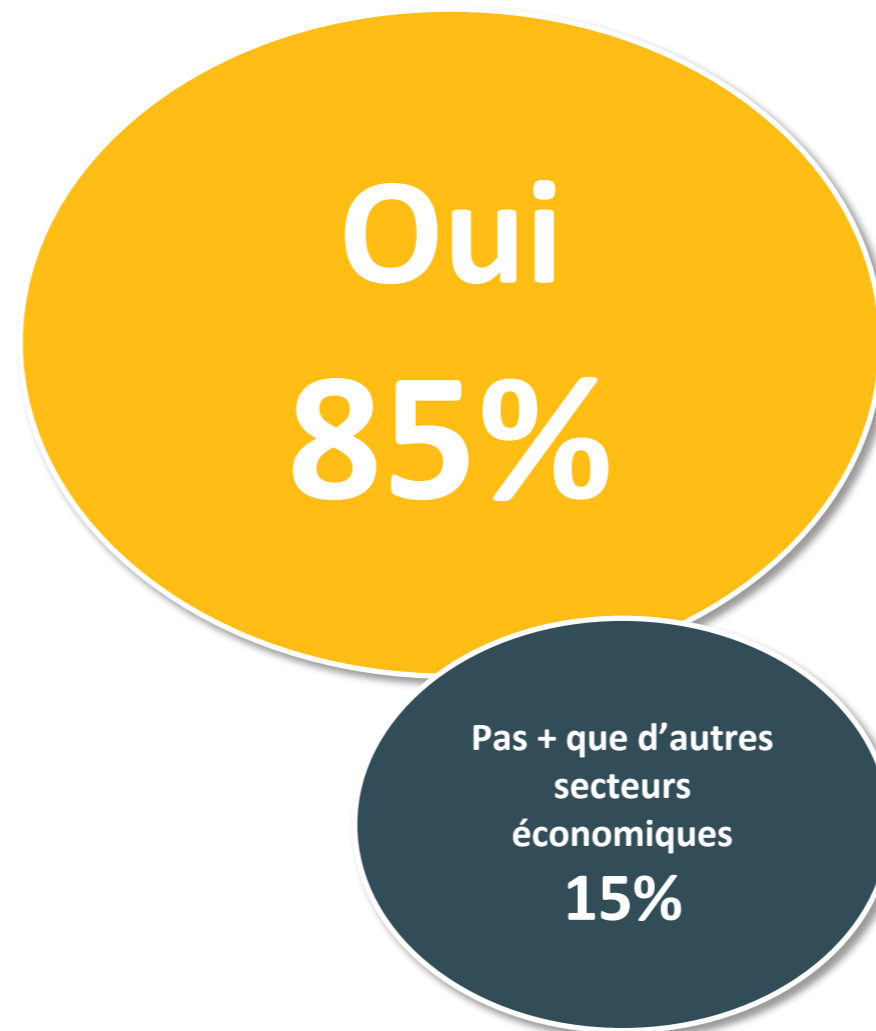


2. Pour les clients, pour faire des efforts, « Nous » c'est surtout « Eux » !

Près d'un quart des français estime le tourisme comme secteur majeur et plus impactant par rapport à d'autres !

Le sujet de l'engagement des destinations dans la problématique environnementale n'est plus un sujet.

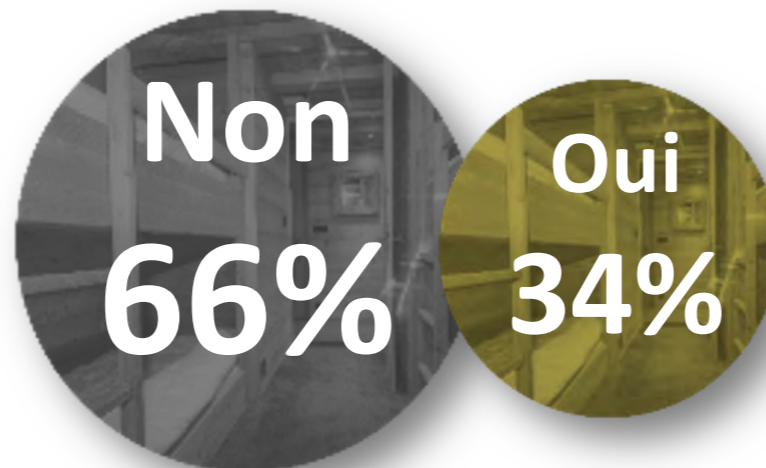
Selon vous, le secteur touristique doit-il devenir un secteur engagé en matière d'environnement ?



2. Pour les clients, pour faire des efforts, « Nous » c'est surtout « Eux » !

Avant de réserver vos vacances, est-ce qu'un label environnemental fait partie des critères de choix de votre destination ?

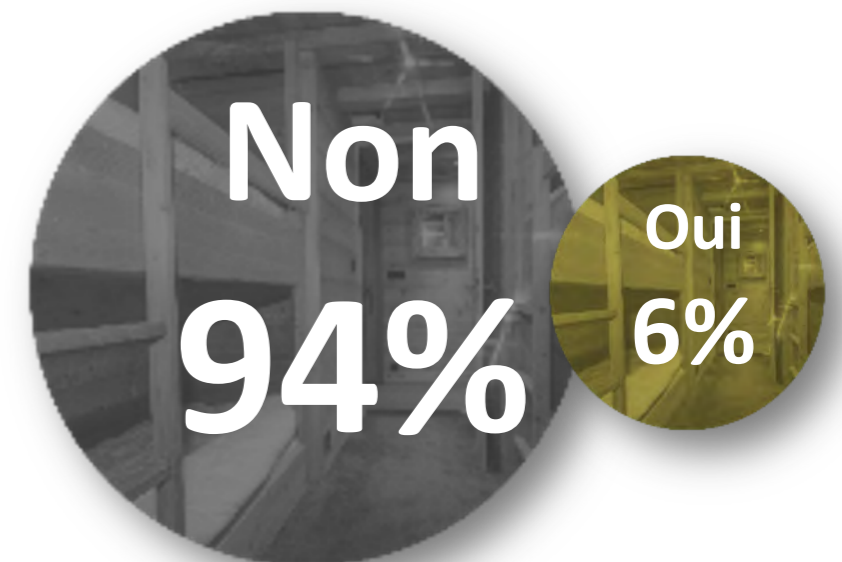
Les labels touristiques environnementaux sont peu connus ...mais les clients leurs font confiance !



Pensez-vous que les labels touristiques en faveur de l'environnement soient...

1. Nécessaires 29%
2. A développer 22%
3. Rassurants 20%
4. Peu crédibles 17%
5. Inconnus 12%

A l'heure actuelle, connaissez-vous des labels touristiques en faveur du respect de l'environnement ?

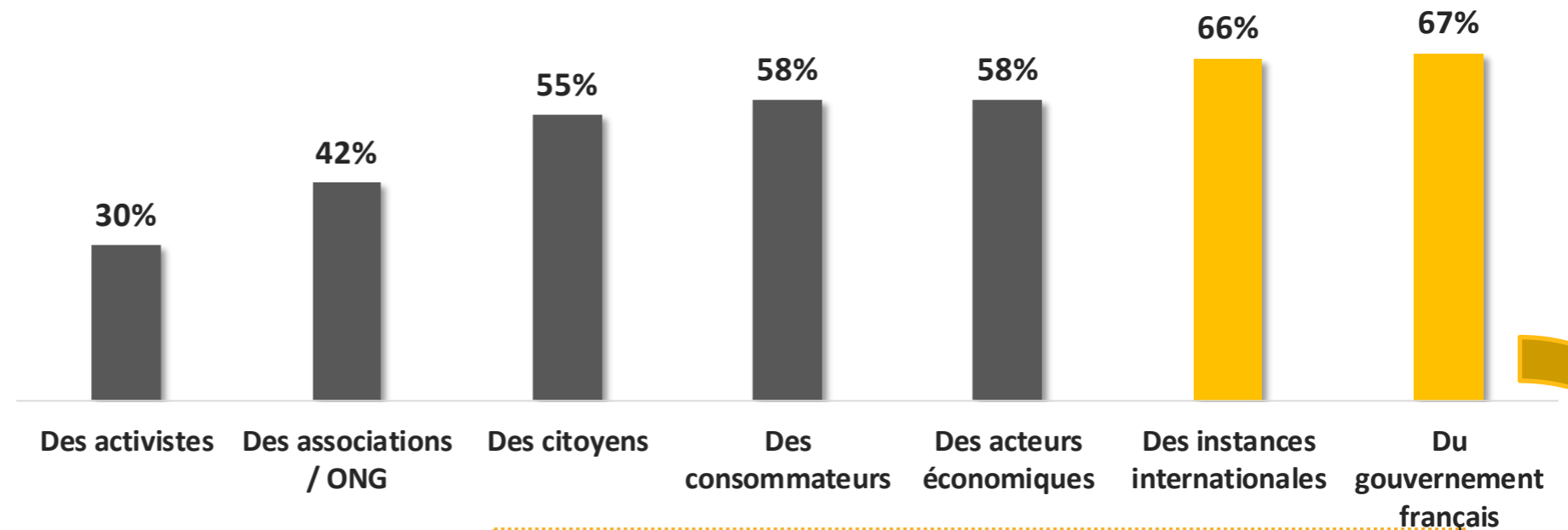




3. Les français sont prêts à se soumettre à des règles contraignantes !

Les français considèrent que ce sont les instances internationales et le gouvernement français qui ont les clés et le rôle de mettre en place les actions en faveur de l'environnement !

Estimez-vous que les actions en faveur de l'environnement soient le rôle de :



Par quels moyens le gouvernement français pourrait-il agir selon vous ?

**Des lois
65%**

**Une pression auprès des instances internationales
63%**



3. Les français sont prêts à se soumettre à des règles contraignantes !

Imaginez-vous possible que les enjeux environnementaux et climatiques imposent aux destinations touristiques des pratiques plus respectueuses de l'environnement ?

Les français ont intégré l'instauration de règles contraignantes et restrictives À moyen et long terme

*« Oui, une loi l'obligera »
&
« Oui, cela serait souhaitable »*

Dans les 5 ans à venir

45%

Dans les 10 ans à venir

55%

Au-delà des 10 prochaines années

59%



2 **Vacances d'été : hier, aujourd'hui et demain**
Quels impacts de la crise de la Covid ?

Les vacances d'été des français ...



...ces 4
dernières
années

	Mer	Montagne	Lac	Rural	Itinérance	Ville	À l'étranger	Pas de vacances
Été 2021	47%	10%	3%	10%	2%	5%	5%	18%
Été 2020	41%	12%	3%	8%	2%	6%	4%	23%
Été 2019	45%	12%	2%	8%	3%	6%	14%	10%
Été 2018	47%	11%	3%	7%	2%	5%	17%	8%

Q: pouvez-vous cocher les lieux où vous avez séjourné en vacances pendant la période estivale ces 4 dernières années : si plusieurs séjours, indiquer pour votre séjour principal / le plus long

Question : est-ce que les 47% qui sont allés à la mer en 2018, sont les mêmes que les 47% qui y sont allés en 2021 ?

Vos vacances d'été...

1- Les mono Destination : 40%

1-1 Les irréductibles

< 29 % de l'échantillon

< Ils vont toujours au même endroit durant les 4 ans ou ont eu 1 année sans vacances

< 80% des irréductibles vont à la mer, 5 % pour la montagne et 6% pour le rural

1-2 Les rarement en vacances

< 4,6 % de l'échantillon, ils n'ont pris qu'une fois des vacances en 4 ans, à 65% à la mer

1-3 Les « 1 an sur 2 »

< 7,3 % de l'échantillon, ils n'ont pris 2 fois des vacances en 4 ans. 63% concernent la mer

Vos vacances d'été...

2- Les double destination : 30%

2-1 Mer + un autre espace

75 % des double destination

Mer & montagne : 40%

Mer & étranger : 24 %

Mer & autres : 36%

En termes de citations :

Mer 68% Montagne 21% Pas de vacances 10%

Vos vacances d'été...

2- Les double destination : 30%

2-2 Montagne + un autre espace

40% des double destination

Montagne & mer : 75%

Montagne & autres : 25 %

En termes de citations : Montagne 45% Mer 43% Autres 12%

2-3 Autres double espace

7,8 % des double destination

Vos vacances d'été...

3- Les papillons : 29%

29% des français ayant consommé des vacances estivales ces 4 dernières années ont séjourné dans au moins 3 espaces.

Leurs consommations se répartissent de la manière suivante :

Mer	29%
Montagne	17%
A l'étranger	13%
Rural	12%
Ville	10%
Lac	7%
Pas de vacances	7%
Itinérance	4%

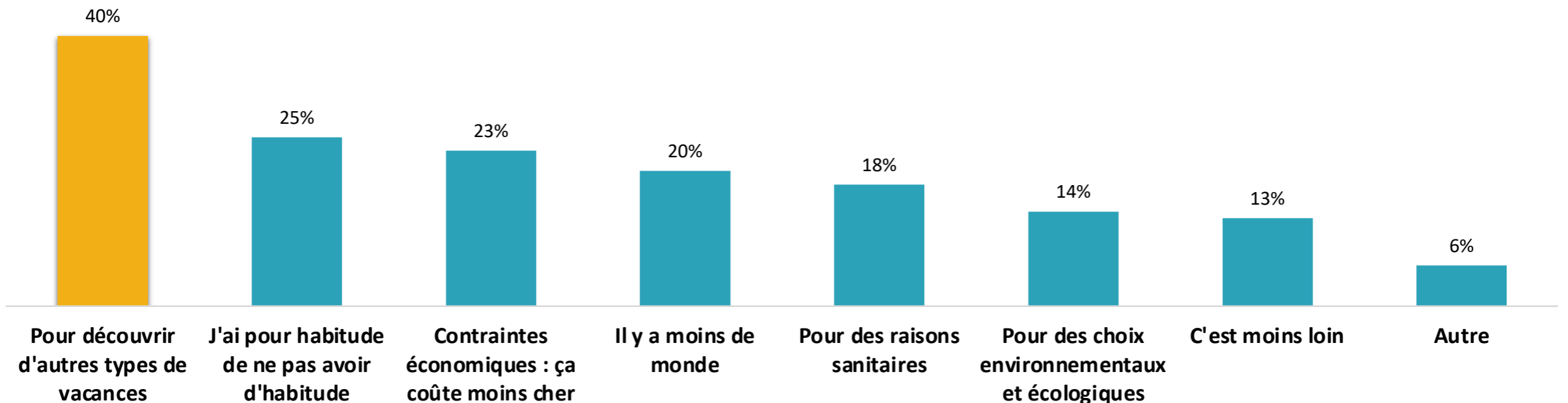
Les vacances d'été...

...ces 2 prochaines années

Ces 2 prochains étés, où comptez-vous partir en vacances (1 choix max) ?

	Mer	Montagne	Lac	Rural	Itinérance	Ville	À l'étranger	Pas de vacances
Été 2022	48%	12%	2%	6%	4%	4%	21%	4%
Été 2023	41%	11%	4%	5%	5%	3%	27%	4%

Pour quelles raisons comptez-vous faire évoluer vos choix ?



Vos vacances d'été...

Quelles sont les marges
de progression
pour les espaces ruraux ?

Quelques réflexions...

- **Pour les 40% des vacanciers mono destination**, la compétition se passe au sein d'un même espace. Il faut donc travailler sur l'offre (le prix pour certains) et la fidélisation.
- **Pour les 30% qui sont double destination**, 75% ont la mer dans le duo. Un challenge de séduction pour les autres espaces.
- **Enfin 30% de papillons représentent un fort potentiel de croissance** pour ceux qui sauront les attirer 1 an sur 2 dans leur espace.
- Un écart entre la **réalité d'une progression** de la fréquentation **en espace rural (10% en 2021)** et **les intentions (5 à 6%)**.
Progression des intentions d'ititnérançe.



3 **Tourisme durable :** nouveaux enjeux, nouveaux défis

Schéma du développement durable du tourisme



Source : Atout France

ADN Tourisme 2021

(fusion CRT/ADRT/OT)

- 1. Porter une vision élargie du tourisme** : comme levier d'amélioration du cadre de vie
- 2. Accompagner la transition de l'activité touristique** dans les territoires à 10 ans
- 3. Sensibiliser et former les décideurs et les techniciens** de nos structures pour qu'ils intègrent la dimension responsable dans les stratégies touristiques des territoires et l'ensemble de leurs actions
- 4. Faire de nos organismes des structures exemplaires** dans la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux
- 5. Elargir la notion d'accueil touristique à celle de l'hospitalité** des territoires pour inclure, sans faire de distinction, celles et ceux qui fréquentent et vivent sur les territoires
- 6. Prendre soin de tous les publics** notamment en termes d'accessibilité et de confort
- 7. Créer un réseau d'experts** sur les territoires pour accompagner les professionnels dans leur transition responsable
- 8. Initier et valoriser l'élaboration d'offres touristiques** favorisant la régulation des flux, les mobilités douces et l'éco-responsabilité
- 9. Promouvoir la filière de la gastronomie et les circuits courts** comme leviers d'attractivité et d'animation locale
- 10. Repenser et élargir la mesure** de l'activité économique

Diminuer l'impact environnemental du tourisme de montagne

[MENU](#)

[CONTACT](#) | [f](#) [in](#) [t](#) | [FR](#) [EN](#)

ÉTATS GÉNÉRAUX de la
transition du tourisme en
MONTAGNE

23 | 24
septembre **2021**

[Accueil](#) > [Déclaration Commune](#)

Déclaration Commune

Signez la déclaration commune !

Déjà **432** personnes ont signé

Déclaration commune 2021

« + de 40 territoires de montagne »

Avec, comme engagements particuliers :

1. Déplacement. Mobilité plus douce et décarbonnée pour l'accès aux sites et les déplacements internes; Consolider les efforts en matière d'isolation des bâtiments et d'efficacité énergétique;

2. Economie. Rendre cette transition raisonnable et économiquement viable par une maîtrise du foncier (objectif européen arrêt surface occupée d'ici à 2050);

3. Offre. Faire découvrir la montagne dans toute sa diversité au plus grand nombre, notamment auprès de la jeunesse (+ de com et + d'offres); idée de soutenir (+) les centres de vacances...

4. Financement. Favoriser l'utilisation des fonds européens (2021-2027), Intereg, conventions de massifs, CPER, etc. au profit de l'innovation de la transition;

**la libre circulation est un droit humain;
les congés payés sont une conquête sociale;
le voyage est un outil de transformation
sociale et de dialogue inter-culturel;
le tourisme peut aussi être un outil
pédagogique pour prendre soin de la planète.**

Manifeste européen pour un tourisme durable (2021)

1er pilier du tourisme durable

La dimension environnementale

Haute-Garonne

2021/2025

- On commence par soi :
montrer l'exemple.
Elaboration d'une stratégie
de Responsabilité Sociale des
Organisations (RSO).
- Comment ? Création d'un
comité de pilotage
départemental (2 personnes)
- Impacter les acteurs
touristiques du territoire

#14 Instaurer une démarche
de sobriété et d'efficacité
énergétique

#15 Développer la mobilité douce

#16 Réduire les déchets

#17 Protéger et régénérer
la biodiversité locale

#18 Prendre en compte la capacité
d'accueil des sites fragiles

#19 Accompagner
la décarbonation
des activités

#20 Contribuer
à l'adaptation
au dérèglement
climatique



Porte de DrômArdèche

- Charte d'engagement des institutionnels
- Elle est évolutive et composée de 4 niveaux (logique de progrès)
- Elle est dans une logique d'engagements très concrets

Sur ma consommation d'eau

Je m'engage à préserver la ressource en eau, en quantité et en qualité.

Mes petits plus à moi :

- Je ne déverse pas de produits chimiques dans le réseau d'évacuation
- J'installe des économiseurs d'eau pour la robinetterie (wc, mousseurs...)
- J'installe des récupérateurs d'eau de pluie pour l'arrosage, le lavage des légumes...
- Je fais un suivi de ma consommation mensuel d'eau
- Je propose des éco-défis aux visiteurs
- Autre :
- Autre :

Sur mes achats

Je m'engage à favoriser l'achat de produits locaux pour notre économie locale et/ou des produits éco-responsables moins nocifs pour l'environnement.

Mes petits plus à moi :

- J'achète du papier (fourniture, imprimés, absorbant...) avec un ecolabel (NF environnement ou PEFC)
- J'utilise en interne et dans ma boutique des produits d'origine locale : boulangerie, producteurs, artisans, boucher...
- Je n'imprime pas ou très peu de dépliants et dans ce cas, je fais appel à un imprimeur labellisé Imprim'Vert
- Autre :
- Autre :

Sur la gestion de mes déchets

Je m'engage à réduire et limiter ma production de déchets et à les gérer de façon éco-responsable (recyclage).

Mes petits plus à moi :

- Je mets des poubelles de tri sélectif à disposition et en évidence pour les clients et je les informe clairement du mode de tri local.
- Je fais du compost et j'incite mes visiteurs à le faire avec moi
- Je préfère des produits limitant la production de déchets (je ne propose pas de bouteille en plastique) et/ou facilement recyclable (verre, carton...)
- Je fais mes propres produits ménagers
- Je propose des éco-défis à mes visiteurs
- J'ai des poules pour mes déchets organiques
- Autre :
- Autre :

Sur l'alimentation (pour restaurants et tables d'hôtes)

Je m'engage à cuisiner autant que possible avec des produits locaux et de saison et je les mets en avant (produits, producteurs).

Mes petits plus à moi :


- Je propose des menus végétariens et/ou végétaliens et je les mets en avant
- Je cuisine des portions raisonnables pour éviter le gaspillage alimentaire
- Je propose aux clients d'emporter ses restes de repas (doggy bag)
- Je suis sûr l'appli « Too good to go »
- Je cuisine sans gaspillage
- Je fais de la vente à emporter et j'incite mes clients à apporter leurs propres contenants
- Autre :
- Autre :

Sur la communication de ma démarche

Je m'engage à informer mes clients et mon personnel sur ma démarche et j'affiche la charte de manière visible (dans mon établissement, sur mon site internet et mes réseaux sociaux...) avec les supports fournis (logo, diplôme, documents...)

Mes petits plus à moi :

- Je mets à disposition des informations sur le tourisme responsable (magazines, livres, jeux...)
- Je propose des ateliers éco-responsables
- J'informe sur les activités « 0 carbone » (sentiers randonnée, loueurs vélo, parcs et jardins, geocaching...)
- J'informe sur les activités, producteurs, artisans... et manifestations de mon territoire
- Autre :
- Autre :

L'adhésion à la charte entraîne la délivrance d'un niveau de référencement. Un minimum de 10 engagements (obligatoires et optionnels) est requis pour atteindre le niveau , 20 pour le niveau , 30 pour le niveau , 40 pour le niveau . Deux engagements "libres" peuvent être proposés pour chaque catégorie, en plus ou la place de ceux prédéfinis et sont aussi comptabilisés comme tels.

Date : _____
Cachet & Signature : _____

ICI JE RÊVE
Autour du Palais Idéal
Porte de DrômArdèche
Plus d'infos

Le Hainaut, aider les sociopros

- Promouvoir ce qui est fait dans le territoire en actions durables
- Engager un état des lieux tous les 3 mois l'impact de l'offre (eau, électricité, tri...)
- Labélisation clé verte
- Etablir une fiche d'accessibilité de l'hébergement ou d'un site



2d pilier du tourisme durable

La dimension économique

Drome et Vercors

- 2020 : Appel à manifestation d'intérêts (AMI) pour financer des projets « Fonds tourisme durable » de l'Ademe;
- La CCI est mobilisée sur le programme;



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE NATIONALE
DE LA TRANSITION
ÉCOLOGIQUE

FRANCE RELANCE

- LA DROME -
LA PROVENCE
DU VERCORS

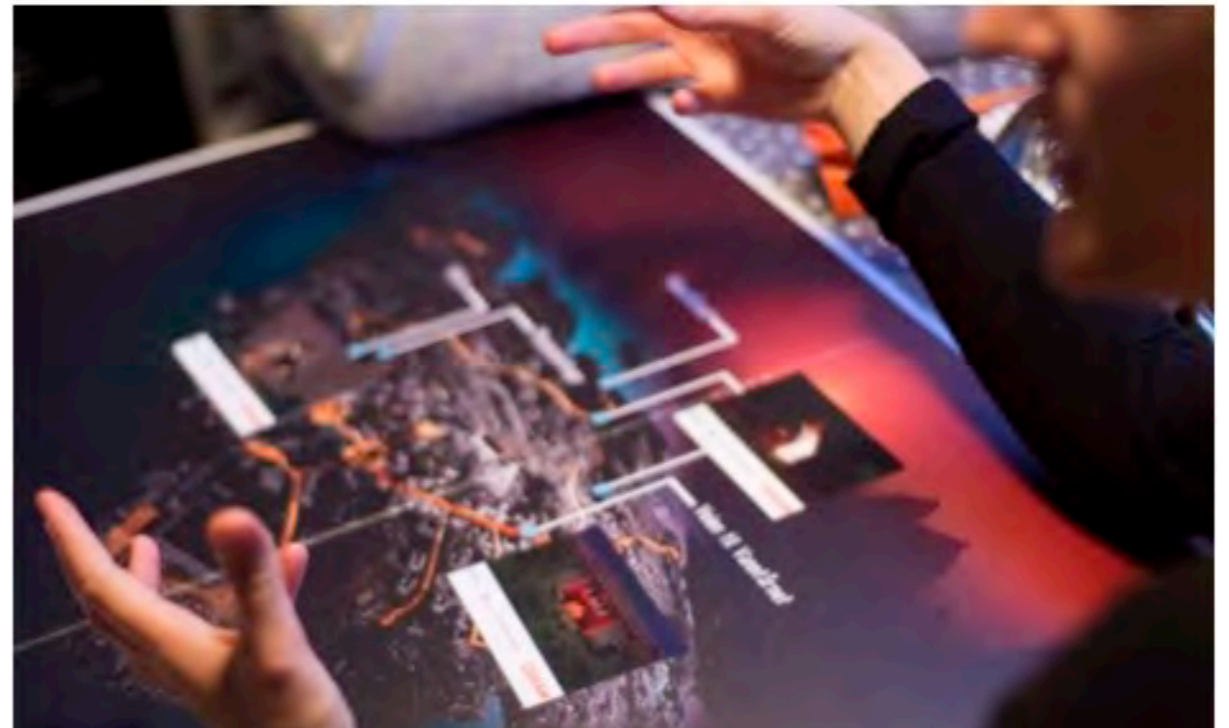
**Incroyable
mais vert !**

Restaurateurs, hébergeurs,
acteurs du slow tourisme,
avec France Relance
et les financements de l'ADEME,
empruntez le chemin du tourisme durable.

agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises

Ile de Traena

- Une île norvégienne de 450 habitants... pêcheurs
- En 2015, initiative Think Traena. Idée : se mobiliser pour une économie durable. Comment ? Par la résidence d'artistes (musiciens) et d'artisans (cuisiniers) et d'entreprises (Osram)
- 1er hôtel intégré (30 lits, site culturel, musée, expo, coworking, locaux commerciaux, 365 j/an)
- Leitmotiv : tester des idées « durables » et donner du temps au temps



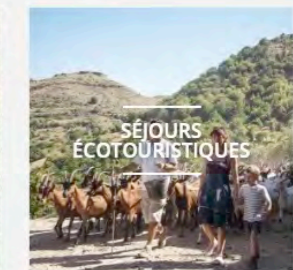
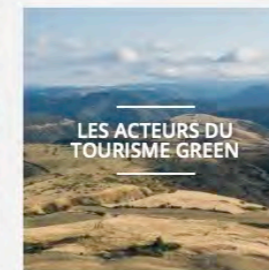
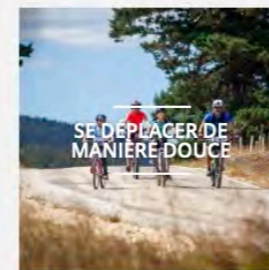
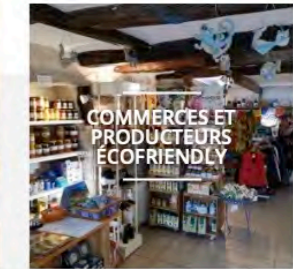
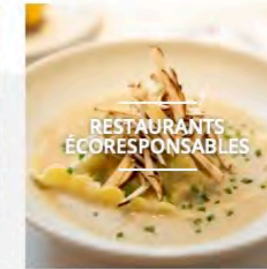
En Lozère...

- CDT : Travail de valorisation de l'offre éco-responsable; et en direction de Lozère Energie pour les sociopros;
- Cévennes EcoTourisme (accueil, préservation et partage)...
- Le Pass Relance Tourisme, 50% de financement de la Région pour la rénovation énergétique (mini 5K€/maxi 60K€); Différents critères pour les socio-pro : 4 mois/an (hébergements); moins de 100 couverts (restaurant); Secteur grand site Occitanie
- CCI Lozère Fonds Ademe; PNR Aubrac en accompagnement



ÉCOTOURISME EN LOZÈRE

La **préservation de la planète** et de son **environnement** est importante pour vous, et vous avez déjà adopté un mode de vie et des habitudes **écoresponsables** dans votre quotidien. Bravo pour tous ces efforts ! Et si vous décidiez d'aller plus loin et de **voyager écoresponsable** ? En Lozère, c'est facile ! On vous aide : hébergements, activités, restaurants, commerces, producteurs mais aussi déplacements... **suivez le guide pour des vacances plus respectueuses de l'environnement, en Lozère, naturellement !**



Agence Locale de l'Énergie et du Climat de la Lozère.

lozere.fr



L'Agence

Particuliers

Professionnels

Collectivités

Contact

PASS RELANCE TOURISME

Lozère Energie et la Région Occitanie
aux côtés des entreprises touristiques

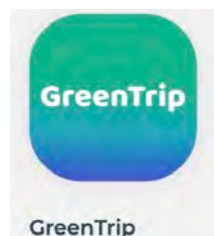
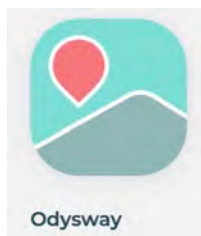


3ème pilier du tourisme durable

La dimension sociale & solidaire

Les PNR solidaires

- De nouvelles expériences uniques autour de la protection de l'environnement
- Venir à la rencontre des acteurs qui agissent...
- Promotion d'hébergements inscrits dans la démarche



CES SÉJOURS ET HÉBERGEMENTS S'INSCRIVENT DANS UN POSITIONNEMENT « UTOPIE RURALE », C'EST-À-DIRE :

- Un caractère local : Un Parc naturel régional, des partenaires locaux engagés le plus possible 100% made in local.
- Un caractère slow : Des activités accessibles sans voiture personnelle, de l'itinérance, une offre de restauration bio et/ou locale, des partenaires qui s'investissent pour limiter leur empreinte carbone.
- Un caractère social : Vacances accessibles pour les personnes en situation de handicap, pour des publics variés à des prix attractifs et éthiques.
- Un caractère design : Des offres qui donnent envie de près comme de loin. De la profondeur et de la qualité de l'information et du contenu partagé, que ce soit avant, pendant et après le séjour.

Et garantissant des rencontres avec les acteurs du changement dans les Parcs.

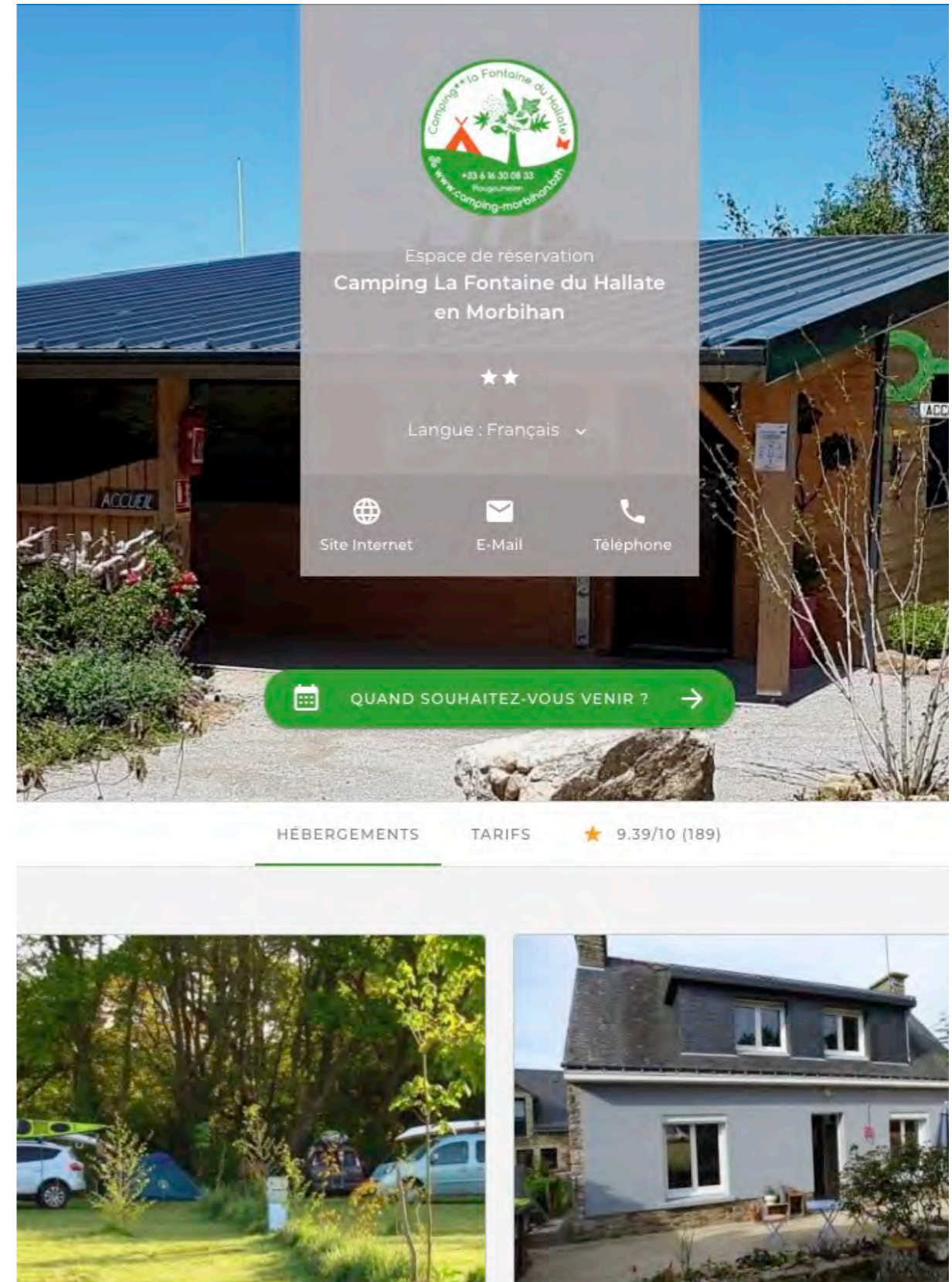
Le label Villes et villages fleuris

- Charte a évolué sur l'aménagement durable
- Fabrique de liens entre toutes et tous
- Les habitants sont au coeur des projets d'embellissement > impacts sur les visiteurs
- Valorisation patrimoniale forte

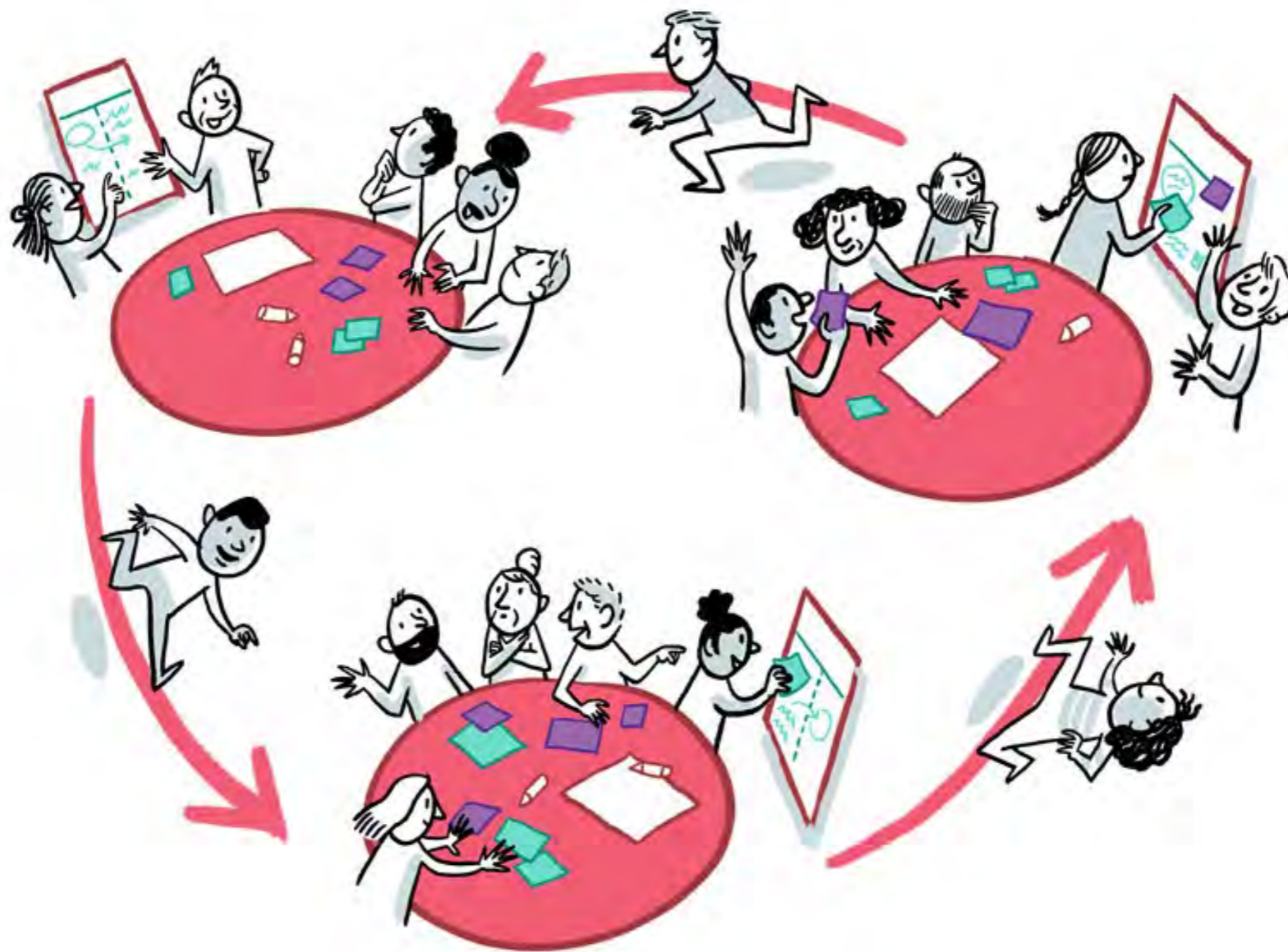


Camping La Fontaine du Hallate

- Au cœur du PNR golfe du Morbihan
- Application de 17 engagements responsables et inclusifs (pauvreté, santé, alimentation, convention collective, lutte contre les inégalités...)
- Tarifs calculés au plus juste;
- Recours occasionnels à des structures d'insertion;



Conclusion



Le temps des ateliers

6 défis

Réfléchir Proposer Agir

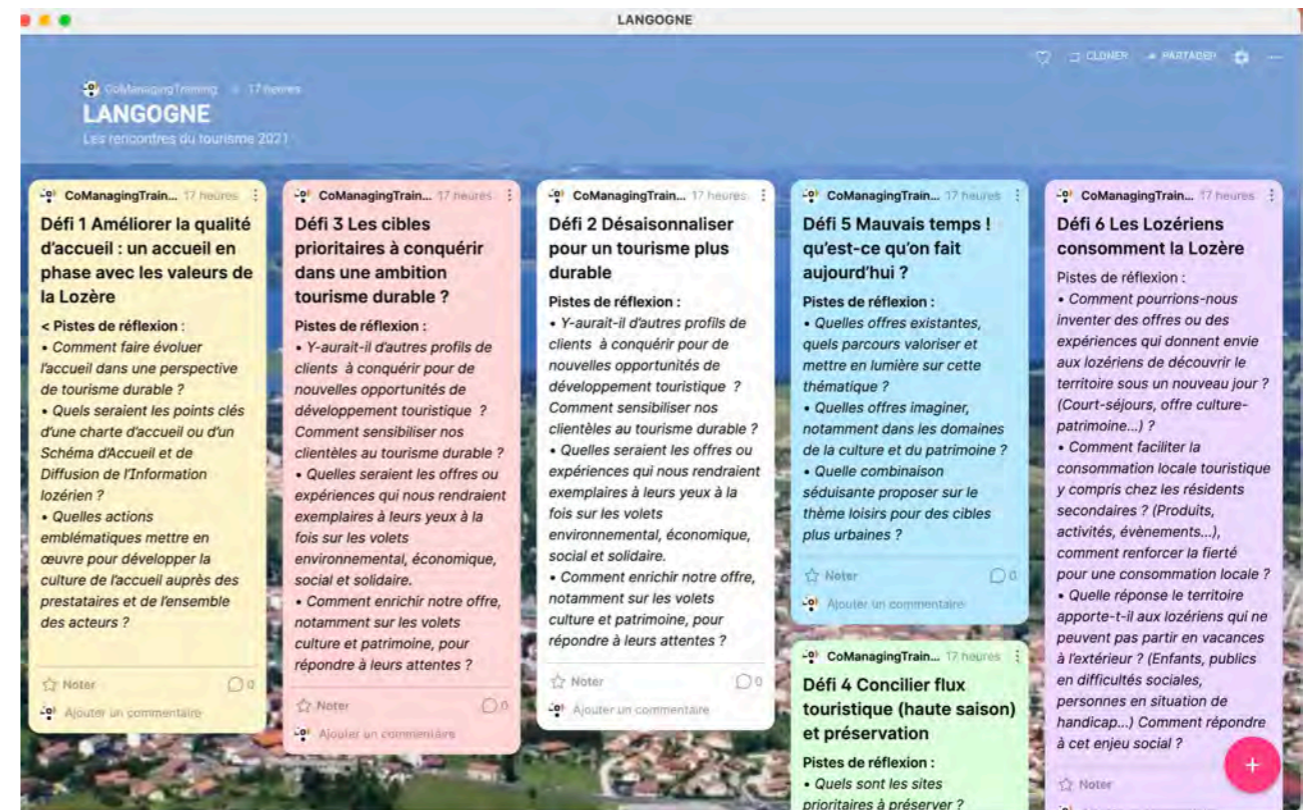
- Un world café ? C'est-à-dire... trois rounds de 20mn pour enrichir les propositions;
- Répartition entre six tables pour relever six défis;
- 1. Accueil; 2. Désaisonnaliser; 3. Les cibles prioritaires;
- 4. Flux et préservation; 5. Mauvais temps; 6. Les lozériens... touristes.



Langogne Co-construction

Réfléchir Proposer Agir

- Langogne. Poursuivre la réflexion et enrichir les idées issues des ateliers du WKF;
- Partager dans son entourage les références de la page Padlet : RSN, QR Code, etc.
- Encourager la participation citoyenne locale (associations, autres socio-pro, etc.)



Au cours des Rencontres des acteurs du tourisme, les participants ont réfléchi aux valeurs qui, à leurs yeux, racontent le mieux les lozériens. En décrivant à grands traits le système de valeurs socioculturelles, ils ont dépeint la relation à l'autre, visiteurs ou habitants. Dans les métiers de services comme le tourisme, la compréhension des engagements relationnels (par l'expression verbale et émotive, par la présence physique) a une importance cruciale. Elle permet de mieux prendre conscience de l'expérience subjective vécue par le visiteur lors de son séjour. Elle invite les professionnels du tourisme à consolider leurs points forts, à réduire le décalage entre valeurs revendiquées et valeurs ressenties.



SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021

Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleygard et Florac.

DÉFI 1 : L'ACCUEIL

La qualité de l'accueil n'est pas véritablement identifiée comme une problématique forte à traiter (ni plus ni moins qu'ailleurs); En étant mal identifiée, elle n'apparaît donc pas comme une caractéristique propre au territoire. Elle peut être identifiée à travers des conflits d'usage : entre touristes et habitants (voir notion de tension de fréquentation mais pas de sur-tourisme); entre touristes et pratiques agricoles (ex pratiques rando et élevages). Travailler la notion d'hospitalité.

Objectifs identifiés :

- De fidélisation : en renforçant la culture de l'accueil au niveau de tous les acteurs en contacts avec les touristes; mais aussi des saisonniers.
- De professionnalisation : des socio-pro tourisme pour suivre l'évolution des FCS des visiteurs. En langue, notamment en anglais. Maintenir la même qualité de l'entrée à la sortie de saison.
- De connaissance de l'offre du territoire.
- Associer les touristes aux actions de territoire durable

Actions concrètes :

- Jeu collectif : établir des partenariats entre les offices de tourisme; former les prestataires; accueil hors les murs des OT; construire un référentiel sémantique commun sur l'accueil (attitude, vocabulaire, signature...), notamment en ce qui concerne le tourisme durable.
- En direction des saisonniers : logements, journée d'accueil et Educ tour. **(gommettes)* (gommettes)***
- Panneautage sur les lieux stratégiques.

Contributions padlets.

- Camping-cars : normaliser les conditions d'accueil à l'échelon intercommunal, voire cantonal; veiller à les accueillir à proximité des villages pour booster le commerce local
- Airbnb permet d'attirer une clientèle hors saison; plus un atout qu'un problème.



« Il y a une nouvelle génération de prestataires qui est arrivée avec un nouvel état d'esprit, plus ouvert, et avec un vrai jeu collectif ».

« On veut attirer la clientèle étrangère, mais on n'a pas le niveau d'accueil suffisant en anglais »

***Gommettes.** L'indication « gommettes » signifie que la proposition qui est ainsi distinguée a bénéficié d'un soutien spécifique de la part des participants des tables rondes des rencontres du tourisme de décembre 2021.

SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021

Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleygard et Florac.

DÉFI 2 : DÉSaisonnaliser pour un tourisme plus durable

La question de la « désaisonnalisation » ne peut être regardée dans l'optique d'agir contre les phénomènes de « sur-tourisme ». Si la question a bel et bien été abordée, elle n'a pas recueilli l'assentiment des participants. Il est préférable de parler de « tensions » ponctuelles et géographiquement localisées que de phénomènes « d'envahissements ». Pour autant, la thématique a révélé sans doute une trop forte concentration de l'offre territoriale (animations, événementiels, culturelle, etc.) sur un temps saisonnier trop resserré.

Objectifs identifiés :

- Travailler sur une programmation plus longue et mieux promouvoir les animations locales;
- Mieux communiquer sur les ailes de saisons;
- Encourager l'accueil des scolaires hors saisons;
- Mieux associer les agriculteurs;
- Développer l'offre d'hébergements, notamment l'hiver. Favoriser les nouvelles formes (insolites, woofing);
- Cibler les télétravailleurs et travailleurs nomades.
- Cibler les clientèles de sportifs professionnels;
- Favoriser les établissements ouverts (hébergements et restauration); (**gommettes**)
- Création d'une offre de conciergerie (**gommettes**)

Actions concrètes :

- Informer les propriétaires des aides à l'isolation; portail d'informations uniques.

- Organiser des Etats Généraux de l'habitat en Lozère
- Services : organiser des permanences dans les communes les plus touristiques.
- Mobilité : développer le train à 1 euro hors été. Navettes : adapter les horaires en fonction de la saison.
- Fédérer les associations pour proposer une programmation commune d'animations (dispo en avant saison).
- Développer de nouveaux segments de marché : tourisme scientifique, culturel, agro pastoralisme, participatif (**gommettes**)
- Bien accueillir les porteurs de projets (qui fait quoi, quelles aides, quels dispositifs ?).
- Organiser le transport depuis les gares et aéroports qui potentiellement desservent le territoire (**gommettes**)



« Quel positionnement tient-on sur les Air B’N’B, qui ont souvent une offre d’hébergement meilleure que nos hébergeurs. Est-ce que qu’on dit comme ailleurs, on n’en veut pas, ou bien est-ce que l’on dit que cela représente une opportunité pour nos territoires ruraux notamment sur de la basse saison et qu’on l’accompagne ? ».



« Quand on parle Lozère, les gens ne pensent pas montagne. Ils ne savent pas qu’on est le département le plus haut de France, d’où l’importance de communiquer sur le tourisme 4 saisons ».
« Pour désaisonnaliser, il y a un mixte à faire entre animation, hébergement, patrimoine, culture et gastronomie. »

***Gommettes**. L'indication « gommettes » signifie que la proposition qui est ainsi distinguée a bénéficié d'un soutien spécifique de la part des participants des tables rondes des rencontres du tourisme de décembre 2021.

SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021

Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleygard et Florac.

DÉFI 3 : LES CIBLES PRIORITAIRES À CONQUÉRIR DANS UNE AMBITION DE TOURISME DURABLE

Il n'a pas été identifié de nouveaux segments de clientèles directement liés à la problématique du tourisme durable mais plutôt de mieux identifier l'offre qui correspond aux nouvelles attentes des clientèles qui fréquentent déjà la destination. D'une certaine manière, la Lozère étant déjà qualifiée de territoire « nature », la représentation sociale du tourisme durable se fait simplement, sans a priori ni appréciation d'éléments de preuve. Travailler à une meilleure compréhension du rapport à la nature quand on est en position de « touriste ».

Objectifs identifiés

- Les résidents secondaires (**gommettes**) cf défi annexe
- La famille avec enfants de moins de 12 ans.
- Les amis avec jeunes urbains de 18/25 ans. (**gommettes**)
- Les amis et les familles des jeunes adultes 25/35 ans sans enfant. (**gommettes**)
- Les jeunes pratiquants des APN. Les clubs spécialisés d'APN
- Les familles (sens large) qui font de la Lozère le territoire de retrouvailles.
- Les aventuriers de l'extrême.
- Le tourisme en situation de « handicap »
- S'afficher comme un territoire où le visiteur apprend à ralentir.
- Les retraités sur le hors saison

Actions concrètes

- Engager des actions pour lutter contre la précarité énergétique
- Travailler à l'entretien et à la valorisation du petit patrimoine
- Mise à disposition de vélos électriques par les communes pour favoriser itinérance douce
- Développer les tiers lieux; les hébergements mixtes (travail et tourisme)
- Valoriser les savoir faire locaux;
- Créer de nouveaux circuits de découverte (faune, flore, patrimoine,);
- Elargir les offres de services sur le hors saison; Veiller à la couverture 3G/4G partout.
- Améliorer l'offre de visites de ferme; développer la dégustation de produits locaux en fermes auberges.

Contributions padlets.

- Quid de la clientèle étrangère ? Pourquoi est-elle absente de la réflexion ?
- Problématique de l'usage de la langue anglaise dans l'intermédiation avec les étrangers;



« La Lozère c'est la liberté, c'est ça que les gens viennent chercher. Si on commence à leur mettre des horaires de navettes, de transport, ce n'est pas compatible ».

« Avant de parler de nouvelles cibles, il y a le déjà le sujet de l'offre disponible pour satisfaire nos clients actuels ».



« Dans une démarche de tourisme durable, il faut rendre le touriste acteur. Sur notre structure, nous avons mis en place une action qui s'appelle « participer au suivi scientifique » pour faire le suivi des chevaux du site. On met les touristes à contribution et on construit aussi des thématiques avec les acteurs du territoire, et c'est aussi ce que les gens attendent de vivre des expériences particulières ».

« Les Camping-car c'est 30% de vente supplémentaires chaque année. Soit on se dit qu'on organise leur accueil, soit on les perd. Aujourd'hui il y a des applications pour les usagers de camping-car qui recensent les endroits où on est bien accueillis. Et si vous regardez pour les gorges du Tarn, vous trouvez « si vous avez un camping-car, fuyez ! »

*Gommettes. L'indication « gommettes » signifie que la proposition qui est ainsi distinguée a bénéficié d'un soutien spécifique de la part des participants des tables rondes des rencontres du tourisme de décembre 2021.

SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021

Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleygard et Florac.

DÉFI 4 : CONCILIER FLUX ET PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Déjà énoncé dans le défi 2, le diagnostic d'une « sur fréquentation » n'est pas partagé (**gommettes**). En l'absence de chiffres précis venant éclairer la réflexion, c'est avant tout par leur expérience sur sites que les participants se sont prononcés. Il est sans doute préférable d'évoquer le mot « tension/concentration » que « sur fréquentation ». Tension et concentration sur certaines zones géographiques et dans un temps limité (pandémie et nouveaux Facteurs Clés de Succès (FCS), spots géographiques, hébergements liés à la randonnée en itinérance, lieux de baignades, effets d'aubaine économique comme les canoës, gestion des flux/stock de véhicules, Réseaux Sociaux Numériques (RSN) et effets moutonniers).

Objectifs identifiés

- Le tourisme comme levier de protection de l'environnement
- Établir la capacité de charges des secteurs à risque (principe d'accès Bison fûté)
- Etablir des statistiques solides de fréquentation
- Travailler sur les mobilités douces (navettes, vélo électrique, etc.) (**gommettes**)
- Diversifier les lieux de baignade
- Mieux déterminer le rôle des OT
- Consolider l'offre d'hébergements « là où il le faut »

Actions concrètes

- Aménager des lieux de baignades sur le Lot
- Aménagements de parking et navettes « Causses » > « Gorges »
- Création d'un observatoire en temps réel des fréquentations

- Travailler sur le yield management
- Etendre les périodes d'ouverture en haute saison (ex : déjeuner jusqu'à 15h/22h)
- Approche en petits archipels (assainis) pour les espaces fléchés camping car/nouveaux nomades (**gommettes**)
- Développement d'espaces bivouacs (sous couverts permis nature et cartographie) (**gommettes**)
- Déploiement de toilettes sèches mobiles sur les itinéraires (**gommettes**)
- Création d'un permis nature Lozère (sous forme de quizz en ligne) ouverts aux locaux et aux touristes; (**gommettes**)
- Simplifier la compréhension de la réglementation des zones natures (PNC, PNR, Natura 2000, etc.)
- Cesser de communiquer sur les incontournables qui flèchent la fréquentation.
- Valoriser une approche « à portée de pieds », « à portée de pédales » (**gommettes**) (**gommettes**)
- Proposer pendant la saison la « journée de la mobilité douce » lors du séjour des touristes (**gommettes**)

Contributions padlets.

- Installer des racks à vélo sur les points d'arrêts des cyclistes
- Améliorer le ramassage des ordures ménagères sur les aires de pique-nique
- Installation de toilettes sèches sur les secteurs de randonnées (pratique courante en zones de montagnes)



« Il faut arrêter de communiquer sous un angle haute saison. Tous les efforts de communication devraient être fait sur le hors-saison, car l'été est suffisamment en tension ».

« On n'est pas sur une rente à vie. Avec les problématiques à venir liées à l'eau, certaines activités sont amenées à disparaître et c'est à nous de l'anticiper ».



« Quand on crée des aménagements on crée plus de flux encore ». « Il reste encore des secteurs magnifiques sur l'Aubrac et La Margeride, des pépites qu'on ne valorise pas et qui pourraient contribuer à diffuser le flux ».

« Il y a un gros travail à faire sur le Lot pour rendre la rivière propre. Ça offrirait un 2ème accès rivière/baignade. C'est une demande des clients. C'est une alternative pour la répartition des flux ».

SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021

Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleygard et Florac.

DÉFI 5 : MAUVAIS TEMPS ! QUE FAIT-ON AUJOURD'HUI ?

La notion de mauvais est assez subjective ! Si le mauvais temps se caractérise par l'impact qu'il produit sur les envies des visiteurs, il peut être élargi à toute l'année. Comme aucune saison n'est épargnée, le mauvais temps n'est pas un problème en soi. Pour autant, la vigilance a été mentionnée à l'encontre des effets de communication sur les impacts du dérèglement climatique qui peuvent générer des représentations sociales erronées.

Objectifs identifiés

- Mettre en relation « mauvais temps » et « bon équipement »; (**gommettes**)
- Casser l'idée d'une pratique APN que par seul beau temps
- Valoriser la dimension cocooning des activités intérieures
- Mieux identifier les lieux/sites praticables tout temps
- Travailler sur des amplitudes horaires qui s'adaptent aux conditions météo (ex cinéma)
- Valoriser l'artisanat local et sa découverte (**gommettes**)
- Valoriser le « ne rien faire » (**gommettes**)

Actions concrètes

- Accessibilité à tous les publics des équipements publics
- Identifier les structures accessibles toute l'année et les promouvoir
- Expliquer la météo du territoire : sortir de la communication « beau temps » (**gommettes**)
- Adapter les horaires aux conditions météo (restauration, hébergements, etc.) (**gommettes**)

- En itinérance, équiper les salles hors sac de solutions mauvais temps (séchage, point de chaleur, etc.) (**gommettes**)
- Documentation pédagogique mettant en relation « équipements » et « météo ».
- Création d'éductours fléchés « météo » et « pratiques adaptées » pour les OT et sociopro
- Nouveau produit « découverte de la Lozère » en train ou bus par mauvais temps
- Former les animateurs de pleine nature à des activités « indoor » pour satisfaire solution de repli (si pas report)
- Adapter l'accès de certains sites aux conditions météo difficiles

Contributions padlets.

- (Secteur Langogne) Besoin d'un espace couvert; pourquoi ne pas proposer un chantier de rénovation de bâtiment (type « les Pascals »); son et lumière thématique du Gévaudan ou de Gargantua. Pourquoi ne pas étendre les horaires/séances d'ouverture : cinéma, piscine, salle de musculation, etc. Concernant les « Pascals », il faut une adhésion/validation de la population pour que chacun puisse s'approprier le projet. S'inspirer des actions des autres mais ne pas les copier (sons et lumière comme au Puy, Escape Game du plateau ardéchois).
- Activités de thermalisme et de bien être à valoriser



« Il faut aussi communiquer sur l'offre qui est disponible en cas de mauvais temps. Afficher le plan B, ça rassure aussi la clientèle ».

« Les gens ont vraiment besoin de savoir ce qu'ils vont pouvoir faire pendant leur séjour, sur la période où ils sont là. C'est déclencheur pour prendre la décision de venir ».

***Gommettes.** L'indication « gommettes » signifie que la proposition qui est ainsi distinguée a bénéficié d'un soutien spécifique de la part des participants des tables rondes des rencontres du tourisme de décembre 2021.

SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021

Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleygard et Florac.

DÉFI 6 : LES LOZÉRIENS CONSOMMENT LA LOZÈRE

Le tourisme en 2022 n'échappe pas à son origine : le voyage. Le voyage en dehors de son territoire, à la mer, à la montagne, à l'étranger. Vers un ailleurs, vers une autre géographie, à la rencontre d'une autre humanité. Comme souvent, les « locaux » sont les derniers voyageurs à sillonner leur territoire. L'aventure ne commence pas - encore - en bas de chez soi, mais au loin. Si la pandémie a ouvert une brèche, la représentation sociale de décider de passer des vacances à la maison, ou à quelques dizaines de kms de chez soi, n'est pas encore partagée. Pourtant, l'intérêt pour un territoire et pour ses habitants de mieux connaître la destination de proximité, à portée de journée ou de weekend, est conscientisé par les socioprofessionnels. Reste à convaincre ou du moins encourager les habitants des bienfaits du voyager local...

Objectifs identifiés

- Faire en sorte que les lozériens connaissent la Lozère touristique
- Cibler les lozériens en qualité de potentiels touristes de leur territoire
- Faire des lozériens des prescripteurs de leur territoire
- Connaître les pratiques de consommation des lozériens en Lozère
- Mieux faire connaître l'offre touristique de la Lozère (artisanat, circuits courts, fermes auberges, etc.)
- Cibler spécifiquement les résidents secondaires (voir défi spécifique Résidents secondaires)
- Valoriser le tourisme social en donnant accès à l'offre aux personnes éloignées des vacances.

Actions concrètes

- Identifier et valoriser l'offre de colonies de vacances auprès des jeunes lozériens
- Impliquer les structures sociales pour favoriser la découverte du territoire par les plus démunis
- Booster l'usage des « pass découverte » ou « pass Lozère » pour les lozériens, y compris les résidents secondaires

- Créer des événements dédiés aux lozériens « à la découverte de... » ou « visitez chez vous... »;
- Associer lozériens volontaires et guides qualifiés pour renforcer la connaissance (ambassadeurs) **(gommettes)**
- Créer des circuits découvertes (produits locaux, artisanats, etc.) réservés aux lozériens
- S'appuyer sur les APN pour développer l'offre événementielle;
- Cibler les jeunes et leurs pratiques pour qu'ils soient les prescripteurs dans leur famille **(gommettes)**
- Créer des échanges/jumelages entre les écoles favoriser l'émulation (carte d'ambassadeur jeunesse) **(gommettes)**
- Mieux valoriser la Lozère dans les établissements scolaires du département **(gommettes)**
- Créer la journée de la Lozère comme la Saint-Vincent en Bourgogne pour le vignoble.
- Elargir la diffusion de l'offre touristique (CE, foyers ruraux, bulletins municipaux, centres de loisirs, etc.)

Contributions padlets.

- Agrotourisme : pour faciliter la médiation agriculteur/touriste, former des animateurs spécialisés qui en collaboration avec les paysans pourraient faire la visite à leur place lorsqu'ils sont au travail. **(gommettes)**
- Les visites de fermes ne compensent pas le temps perdu. Ce que veulent les visiteurs : voir, toucher, photographier. Nous, on voudrait parler : agronomie, zootechnie et environnement. Il faudrait avoir une médiation autre.
- Le « Défi des habitants » : 5 visites attractives/insolites avec transport par an, badge « super lozériens » pour ceux qui relèvent le défi. Permettrait de répondre aux différents défis identifiés dans les Rencontres.
- Inclure des « services locaux » dans les OT
- Créer des formats spécifiques pour les habitants



« Je ne vois pas pourquoi on devrait s'occuper des publics fragilisés car soyons clair, économiquement ce n'est pas rentable »; « Depuis le COVID, les activités de pleine nature sont devenues davantage encore des supports pour la découverte de notre territoire ». « On est fermé hors saison, comment fait-on pour favoriser la consommation locale, car les locaux ne viendront pas en haute saison ? »; « Il y a des régions où ils organisent des événements signatures qui tournent de village en village. Cela permet aux résidents de découvrir d'autres coins de leur territoire tout en attirant des gens de l'extérieur ».

***Gommettes**. L'indication « gommettes » signifie que la proposition qui est ainsi distinguée a bénéficié d'un soutien spécifique de la part des participants des tables rondes des rencontres du tourisme de décembre 2021.

SYNTHÈSE DES ATELIERS DE CO CONSTRUCTION RENCONTRES DU TOURISME DE LOZÈRE DÉCEMBRE 2021

Langogne, Chanac, Nasbinals, Le Bleygard et Florac.

LES RÉSIDENCES SECONDAIRES

La problématique des résidents secondaires a traversé l'ensemble des rencontres, aussi bien géographiquement qu'à travers les six thématiques abordées. Pour les participants, cette question mérite un traitement spécifique au regard du nombre de logements, de leur poids démographique et économique dans le Département. La pandémie joue à cet égard à la fois un rôle de révélateur et d'accélérateur dans l'émergence de nouvelles pratiques qui concernent au premier chef cette catégorie d'habitants (télétravail, plus forte fréquentation de la résidence secondaire, pluralité d'utilisateurs). Ils sont identifiés comme des prescripteurs avertis.

Objectifs identifiés

- Améliorer la connaissance des résidences secondaires et leur poids économique
- Améliorer la performance énergétique des résidences secondaires (**gommettes**)
- Comment communiquer et toucher ces résidents « secondaires » ?
- Comment lutter contre les fermetures longues ?
- Comment les faire venir plus souvent ?
- Améliorer la communication du « quoi faire et quand »

Actions concrètes

- Avoir une meilleure connaissance de ces résidents (cartographie, utilisation de la résidence, consommation locale, frein à l'utilisation de la résidence...);
-

- Création de conciergeries locales : prestations de services pour l'habitat (aménagement, entretien, travaux), pour l'arrivée des touristes (remise des clés, ménage) ou des propriétaires (mise en chauffe, premières courses, etc.); **(gommettes)**
(gommettes) **(gommettes)**
- S'appuyer sur une plateforme de commercialisation spécifique
- Communiquer auprès d'eux toutes les manifestations organisées hors saison; **(gommettes)**
- Envoyer la documentation (bulletin municipal, brochures touristiques) à leur domicile principal; **(gommettes)**

***Gommettes**. L'indication « gommettes » signifie que la proposition qui est ainsi distinguée a bénéficié d'un soutien spécifique de la part des participants des tables rondes des rencontres du tourisme de décembre 2021.