



# Le tourisme et les activités de pleine nature au sein du Parc naturel régional du Haut-Languedoc

Diagnostic, décembre 2024



## Bibliographie et données mobilisées

### Documents :

Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs, 2022-2028  
L'état du tourisme en Occitanie en 2022, CRTLO  
Enquête "Qui sont les pratiquants de sports-nature ?" du CRTLO, 2021  
Schéma départemental pour un tourisme durable et responsable, CD Hérault  
Schéma départemental des ENS, CD Hérault  
Portrait économique 2022, Parc naturel régional du Haut-Languedoc  
Pôle de pleine nature Montagnes du Caroux 2023-2028, Pays HLV  
Pôle de pleine nature Monts et Lacs en Haut-Languedoc 2023-2028, CCMLMHL

### Organismes :

CRTL Occitanie / Flux Vision Tourisme - Orange Business / Insee / CNETH  
CRTL Occitanie - D'après les données fournies par la solution Flux Vision Tourisme Orange Business

### Sites internet :

SIDDT/INRAE  
INSEE 2023  
<https://pro.tourisme-occitanie.com/>  
Tourinsoft, 2024 (périmètre PNRHL 2022)  
Apidae, 2024 (périmètre PNRHL 2022)  
Hérault tourisme, 2019, 2022  
<https://www.grandorb.fr>, vu le 27/03/2024  
[https://www.cc-minervois-caroux.fr/tourisme\\_apn](https://www.cc-minervois-caroux.fr/tourisme_apn), vu le 22/02/2024  
<https://www.castres-mazamet.fr/intercommunalite/competences>, vu le 22/03/2024  
<https://www.tourisme-tarn.com>, vu le 27/03/2024  
<https://www.herault.fr>, vu le 27/03/2024  
<https://www.tourisme-lodevois-larzac.fr/>  
<https://www.auxsourcesducanaldumidi.com/>  
<https://www.tourisme-centretarn.fr/>  
<https://www.tourisme-sor-agout.fr/>  
<https://tourisme-avant-monts.fr/>  
<https://www.tourisme-castresmazamet.com/>  
<https://sidobre-vallees-tourisme.com/>  
<https://www.minervois-caroux.com/fr/>  
<https://www.tourisme.grandorb.fr/>  
<https://www.tourisme-thoremontagnenoire.fr/>  
<https://www.tourisme-montsetlacsenhautlanguedoc.com/>  
<https://www.eco-visio.net>  
<https://outdoorvision.fr/>  
<https://www.univdl.com/>  
<https://www.notretemps.com/vie-pratique/voiture/camping-cars-ce-qui-est-permis-ou-interdit-12858>  
<https://www.sofinco.fr/projet-credit/prest-camping-car-caravane/conseils-camping-car-en-pleine-nature.htm>  
Site web des comités départementaux Tarn et Hérault rattachés aux fédérations françaises suivantes :  
FFRandonnée, FFVélo, FFCyclisme, FFEquitation, FFClub Alpin Français, FFMontagne et Escalade, FFAthlétisme, FFPêche, FF Canoë Kayak, FFVol Libre, FFSpéléologie, FFTriathlon.

# Sommaire

<b>Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>Les chiffres clés du tourisme dans le Parc .....</b>	<b>2</b>
<b>L'économie touristique .....</b>	<b>4</b>
L'économie touristique régionale.....	4
L'économie touristique dans le Parc .....	6
<b>L'offre touristique .....</b>	<b>13</b>
L'offre d'activités de pleine nature .....	13
L'offre autour du patrimoine naturel & culturel .....	26
L'offre gastronomique.....	28
L'offre autour du thermalisme.....	29
<b>L'accessibilité à tous .....</b>	<b>30</b>
Des structures qui s'adaptent aux personnes en situation de handicap .....	30
Les actions du Parc en faveur de l'accessibilité à tous .....	31
<b>Les clientèles des Parcs d'Occitanie .....</b>	<b>31</b>
Le profil des pratiquants de sports-nature .....	32
Une offre typée « Parc » ?.....	33
<b>L'organisation touristique .....</b>	<b>34</b>
Les stratégies tourisme des principaux partenaires pour le territoire.....	34
Les EPCI et OTI .....	34
Les Départements .....	38
Le Pays Haut-Languedoc et Vignobles .....	39
La région Occitanie et le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie.....	40
<b>L'implication du Parc dans le développement du tourisme .....</b>	<b>43</b>
Les engagements des deux précédentes chartes du Parc .....	44
Des offres avec une plus-value Parc.....	45
Encourager le tourisme durable .....	53
<b>Les véhicules motorisés en zones naturelles .....</b>	<b>57</b>
Les loisirs motorisés .....	57
L'impact du stationnement des véhicules.....	59
<b>Mobilités, intermodalités et accès au Parc .....</b>	<b>60</b>
Les lignes de bus .....	60
Les gares .....	62
Les campings car .....	62
Les recharges voiture .....	62
Le service de transport pour les itinérances.....	62
Les locations de vélo .....	62
Les box vélo.....	63
Les transports à la demande .....	63
Le Rézo Pouce .....	63

<b>Analyse synthétique.....</b>	<b>64</b>
Les atouts du territoire.....	64
Les faiblesses du territoire.....	64
Les opportunités à saisir.....	65
Les menaces à prendre en compte.....	65
Les enjeux et objectifs associés.....	65
<b>Annexes.....</b>	<b>68</b>
La satisfaction des usagers de la Véloccitanie.....	68
Les lignes de bus du territoire .....	71

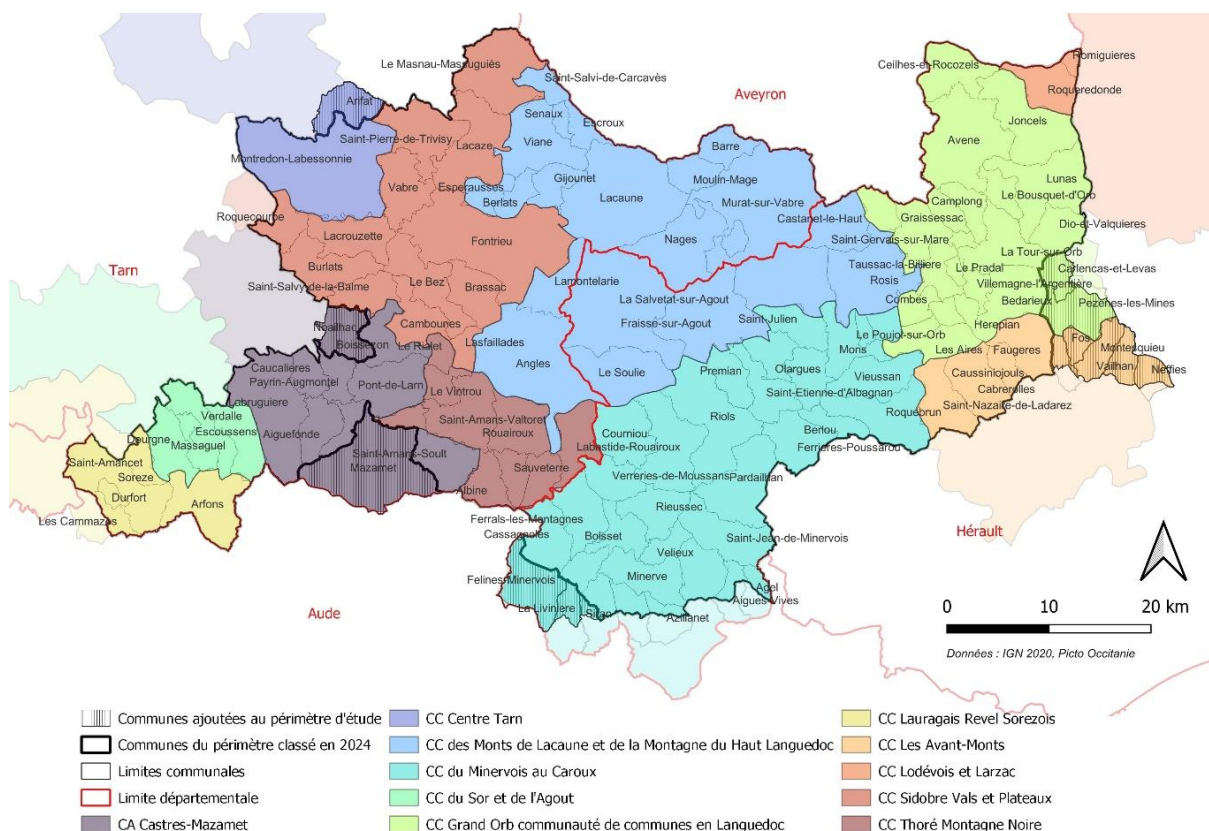
## Préambule

Le périmètre d'étude est celui défini dans le cadre de la révision de la charte 2012-2027, il comprend 129 communes : 72 dans l'Hérault et 57 dans le Tarn. Les 11 nouvelles communes ajoutées au périmètre classé actuel sont les suivantes :

1. Arifat, Noailhac, Mazamet (81)
2. Carlencas-et-Levas, Félines Minervois, Fos, Montesquieu, Neffiès, Pézènes-les-Mines, Roquessels, Vailhan (34).

A noter que lorsque les données n'ont pu être recueillies pour ce nouveau périmètre, ce sont celles du périmètre classé actuel qui sont présentées.

**Carte du territoire d'étude (330 675 ha, 102 000<sup>1</sup> habitants en 2024) :**



Ce document constitue l'un des éléments du diagnostic territorial complet. Les grands volets de ce diagnostic sont les suivants :

1. Le paysage et l'urbanisme
2. Le patrimoine naturel
3. Le patrimoine culturel, l'éducation et la sensibilisation au développement durable
4. La dynamique socio-économique
5. La forêt et la filière bois
6. L'agriculture
7. L'alimentation
8. L'énergie
9. L'eau
10. Le tourisme et les activités de pleine nature
11. Le changement climatique

<sup>1</sup> La population municipale du territoire d'étude est de 101 898 habitants exactement (INSEE 2024)



# Introduction

Le territoire étudié présente un panorama touristique riche et diversifié, marqué par une prédominance de séjours en résidences secondaires et une concentration des hébergements sur les espaces les plus valorisés. La majorité des campings et hôtels se situent dans une gamme moyenne. L'économie touristique est fortement influencée par le thermalisme. Les clientèles proviennent principalement des régions voisines et privilégient les courts séjours, notamment durant les week-ends, pour se ressourcer en étant proches de la nature, comme en témoignent les volumes de nuitées touristiques.

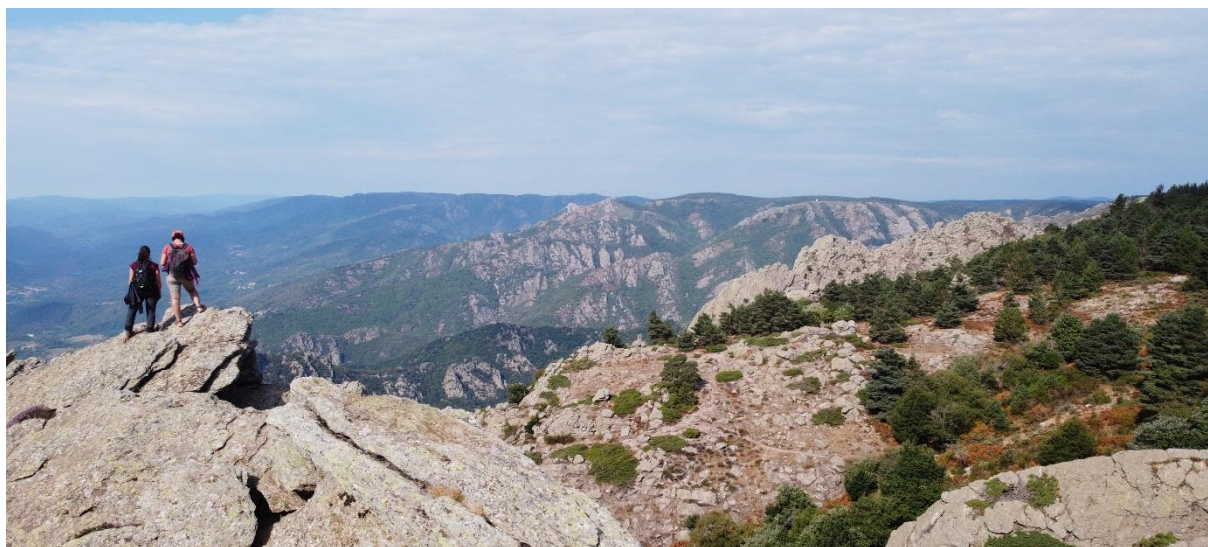
L'un des atouts majeurs du territoire réside dans sa voie verte, reconnue à l'échelle nationale et régionale, et largement fréquentée. Toutefois, le potentiel de l'itinéraire de vélotourisme « La Véloccitanie » reste sous-exploité. Le tourisme de nature, centré principalement sur les Activités de Pleine Nature (APN), connaît un développement exponentiel, qui devient difficile à maîtriser en raison du développement des outils et de la diffusion des données numériques.

Le territoire est en capacité de proposer une diversité d'activités en toutes saisons, ainsi qu'une riche offre culturelle et patrimoniale, souvent labellisée, qui contribuent à son attrait touristique. Cependant, certains atouts, comme la tradition culinaire locale, au-delà de la viticulture ne sont pas encore pleinement valorisés. De même, le territoire bénéficie également de la notoriété et de la puissance d'expertise du réseau des Parcs naturels régionaux d'Occitanie, réputés pour la qualité de leurs paysages. Cependant, cette offre reste encore méconnue et insuffisamment exploitée.

Les réseaux de professionnels, investis aux côtés du Parc, notamment à travers la marque « Valeurs Parc » et d'autres initiatives locales, montrent une réelle volonté de collaboration pour le développement touristique. Malgré la multiplicité des partenaires institutionnels et les nombreuses stratégies en cours d'élaboration ou de mise à jour, des enjeux communs se dessinent. Toutefois, des freins doivent encore être identifiés pour que le label Parc soit pleinement adopté par l'ensemble des partenaires institutionnels, qui reconnaissent par ailleurs l'expertise du Parc dans l'animation de projets collectifs.

En revanche, l'accès et la mobilité touristiques constituent des défis majeurs. Le maillage des transports en commun, notamment des bus, est inégalement réparti entre le Tarn et l'Hérault, et les infrastructures existantes ne sont pas adaptées aux besoins spécifiques des visiteurs. Cela complique l'intermodalité bus/train, poussant la majorité des touristes à se déplacer en véhicules motorisés et limitant fortement le développement de l'itinérance touristique.

Enfin, l'absence d'un observatoire touristique à l'échelle du Parc, ainsi que les difficultés à consolider les données disponibles, limitent la capacité à analyser précisément les dynamiques touristiques du territoire, freinant ainsi l'élaboration de stratégies de développement cohérentes et adaptées.



Sommet du Caroux, Août 2022 © J. ROUDET

# Les chiffres clés du tourisme dans le Parc

## Les hébergements

- 28 hôtels
- 70 offres d'hôtellerie de plein air (camping, aires de service camping-car, etc.)
- 1 739 offres d'hébergements locatifs
- 20 hébergements collectifs
- 15 835 maisons secondaires (données 2017)
- Une offre touristique à 90 % en résidence secondaire, avec seulement 7,8 % pour les campings et 1,03 % en hôtel en 2023
- 4,4 millions de nuitées enregistrées en 2023 (hébergement marchand et non-marchand) contre 2,8 millions de nuitées touristiques sur le Parc en 2018

## Les patrimoines culturel & naturel

- 8 communes labélisées « Station Verte »
- 2 villages labélisés « Plus Beaux villages de France »
- 1 Grand Site Occitanie
- 1 Site inscrit au Patrimoine mondial de l'Humanité
- 1 Géoparc "Terres d'Hérault"
- 1 Opération Grand Site (en cours)
- 1 « Petite cité de caractère »
- 1 commune labélisée « Sites et cités remarquables de France »
- 1 Destination Vignoble et Découvertes
- 1 Destination Art et Histoire
- 2 sites labélisés « Plus Beaux détours de France »
- 1 site labélisé « Maisons des Illustres »
- 27 musées et sites de visite
- 284 patrimoines culturels et 80 patrimoines naturels répertoriés sur l'observatoire touristique régional
- Les gorges d'Héric à Mons-La-Trivalle (34), premier site de visites avec 150 665 passages relevés sur l'éco-compteur en 2022
- La Passerelle himalayenne de Mazamet (81) dans le top 5 des sites les plus visités dans le Tarn en 2022 avec 106 044 visiteurs

## Les activités de pleine nature

- Des activités nombreuses et d'une grande diversité : spéléologie, activités nautiques (en lac ou en rivière), corde, aérienne et activités terrestres (pédestre, équestre, VTT, enduro, vélo de route, etc.)
- 2 500 km de sentiers à parcourir en itinérance, sur plusieurs jours (dont 6 GR®<sup>2</sup>, 5 GR® de Pays<sup>3</sup>, la traversée du Tarn à cheval, la voie verte PassaPaïs, Passa Méridia)
- PassaPaïs : 375 584 passages en 2023, contre 33 447 en 2015
- La Véloccitanie : 220 km de véloroute sur 4 départements (Aude, Haute-Garonne, Tarn, Hérault)
- 226 sentiers de randonnée pédestre à la journée recensés sur Tourinsoft et Apidae
- 111 circuits vélo et 8 bases VTT-FFC®
- 88 sites inscrits au PDESI
- 145 prestataires et 102 associations proposant des APN
- 66 professionnels labélisés « Accueil Vélo » : 11 en 2017, 39 en 2019
- 9 lacs navigables dont 7 avec des bases de loisirs
- 3 plages labélisées « Pavillon Bleu » (La Salvetat-sur-Agout, Nages)
- Les gorges d'Héric à Mons-La-Trivalle (34), premier site de visite avec en 150 665 passages relevés sur l'éco-compteur en 2022
- 2 Pôles de Pleine Nature : « Montagnes du Caroux » et « Monts et Lacs en Occitanie »

## La marque Valeurs Parc

- 13 filières en 2023 (produits et tourisme confondus) contre 7 en 2012
- 163 professionnels engagés dans la marque « Valeurs Parc » contre 115 en 2012

## Les clientèles

- Occitanie, 1<sup>er</sup> bassin émetteur de clientèle touristique
- « Se ressourcer au contact de la nature », la 1<sup>ère</sup> motivation des clientèles à venir dans un Parc

## Les transports

- 6 gares
- 24 lignes de bus (7 dans le Tarn, 17 dans l'Hérault)

---

<sup>2</sup> GR®653 Voie d'Arles, GR®36, GR®787 Bretelle de Fontcaude, GR®7, GR®71, GR®77

<sup>3</sup> GR®P Tours dans la Montagne du Haut-Languedoc, GR®P Tours en Hautes Terres d'Oc, GR®P Tours dans le Pays Haut-Languedoc et Vignobles, GR®P du Minervois au Caroux, GR®P Haute Vallée du Thoré



## L'économie touristique

Si le sentiment d'un développement continu de l'activité touristique est partagé par l'ensemble des acteurs, la mesure des retombées économiques reste aujourd'hui difficile. Ce développement se fonde sur les atouts du territoire en matière de ressources naturelles, supports des activités de pleine nature. C'est principalement au travers de ces atouts que le territoire a acquis une reconnaissance en tant que destination touristique à part entière.

Toutefois, dans un contexte de changement climatique, on peut supposer que l'augmentation de l'activité touristique génère à terme des conflits d'usage sur la ressource en eau, mais aussi des impacts sur les risques d'incendie ou sur la biodiversité.

## L'économie touristique régionale

En 2022, le Comité Régional de Tourisme et de Loisirs d'Occitanie (CRTLO) dressait le portrait de son économie touristique :

- Première région en termes de nuitées dans l'hôtellerie de plein air (28 millions en 2022) avec une concentration des campings sur le littoral
- Première région thermale (136 000 curistes assurés sociaux en 2022)
- Au premier rang de l'offre de résidences secondaires avec 501 000 logements en 2017, soit 14 % du parc de logements
- Au 4<sup>ème</sup> rang national pour le nombre d'hôtels (+ de 1 800), en majorité situés dans les espaces urbains
- Première région de France en nombre d'établissements labellisés Qualité Tourisme / Qualité Occitanie Sud de France, avec plus de 1 400 professionnels
- Progression continue depuis plusieurs années de la capacité d'accueil du locatif en plateforme et ce dans tous les espaces de destination

### Les chiffres clés de l'économie touristique régionale :



## Les chiffres clés des clientèles

- 50 % des nuitées françaises sont extra-régionales (12 % venant d'Ile de France, 9 % de Rhône-Alpes)
- 25 % des nuitées étrangères sont européennes (4 % espagnoles, 4 % allemandes)
- 16 % des nuitées sont infra-régionales (4 % de Haute-Garonne, 3 % de l'Hérault)
- 9 % des nuitées étrangères sont extra-européennes (USA 1 %)

## Les chiffres clés des dépenses des touristes

En 2019, les dépenses moyennes d'un touriste français séjournant en Occitanie étaient de 56 € (trajet compris) par jour et par personne. En 2023, elles étaient de 166 € / jour pour des clientèles d'Europe du Sud, de 161 € / jour pour l'Europe de l'Ouest et de 244 € / jour pour les Etats-Unis.

## Les tendances de consommation

Dans une étude en ligne menée par le CRTLO en 2021, certaines tendances de consommation s'affirment : plus authentiques, plus en lien avec la nature, au calme, pour se faire du bien.

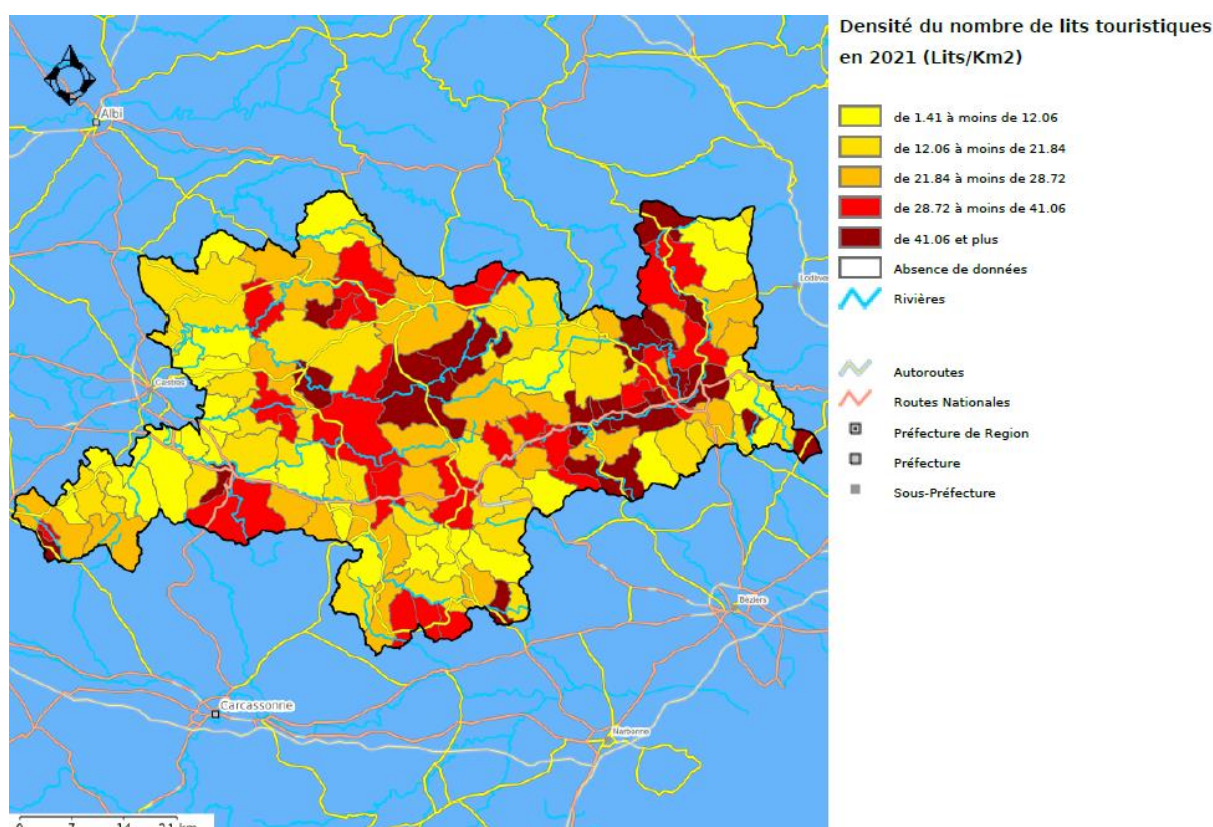
Les principales tendances :

- La crise sanitaire semble avoir durablement impacté les envies des Français qui plébiscitent de plus en plus la simplicité et l'authenticité durant leurs vacances
- Confort, bien-être et envie de nature sont les principales tendances qui se dégagent
- Des pratiques bien ancrées : prendre son temps, favoriser les activités de plein air, privilégier les pratiques de consommation locale, être en recherche de nature et de grands espaces
- Un intérêt croissant pour la recherche de modes de transports plus doux, comme le train ou de destinations plus proches du domicile, moins fréquentées
- Des pratiques respectueuses de l'environnement, relevant du quotidien, déjà adoptées : tri des déchets, respect des espaces naturels, attention portée à la consommation des ressources
- Acceptation d'un prix plus élevé pour des prestations plus responsables

## L'économie touristique dans le Parc

Les dernières données de l'INSEE, de l'INRAE (SIDDT) et du CRTLO nous permettent d'identifier les principales caractéristiques de l'hébergement touristique sur le territoire :

- Une augmentation dans le **volume des lits touristiques** entre 2014 et 2021 : + 2,37 % (91 709 lits touristiques en 2021 contre 89 582 en 2014)
- Une constance dans la **répartition des lits touristiques** sur le territoire (nombre de lits / km<sup>2</sup>) : 26,61 en 2014 contre 27,23 en 2021, avec une concentration significative de l'offre liée au thermalisme (Lamalou-les-Bains, Avène), et sur les différents lieux attractifs du territoire comme le Plateau des lacs, le Sidobre, le vignoble ainsi qu'un déséquilibre entre la partie héraultaise, plus fournie et la partie tarnaise du territoire. (carte ci-après)

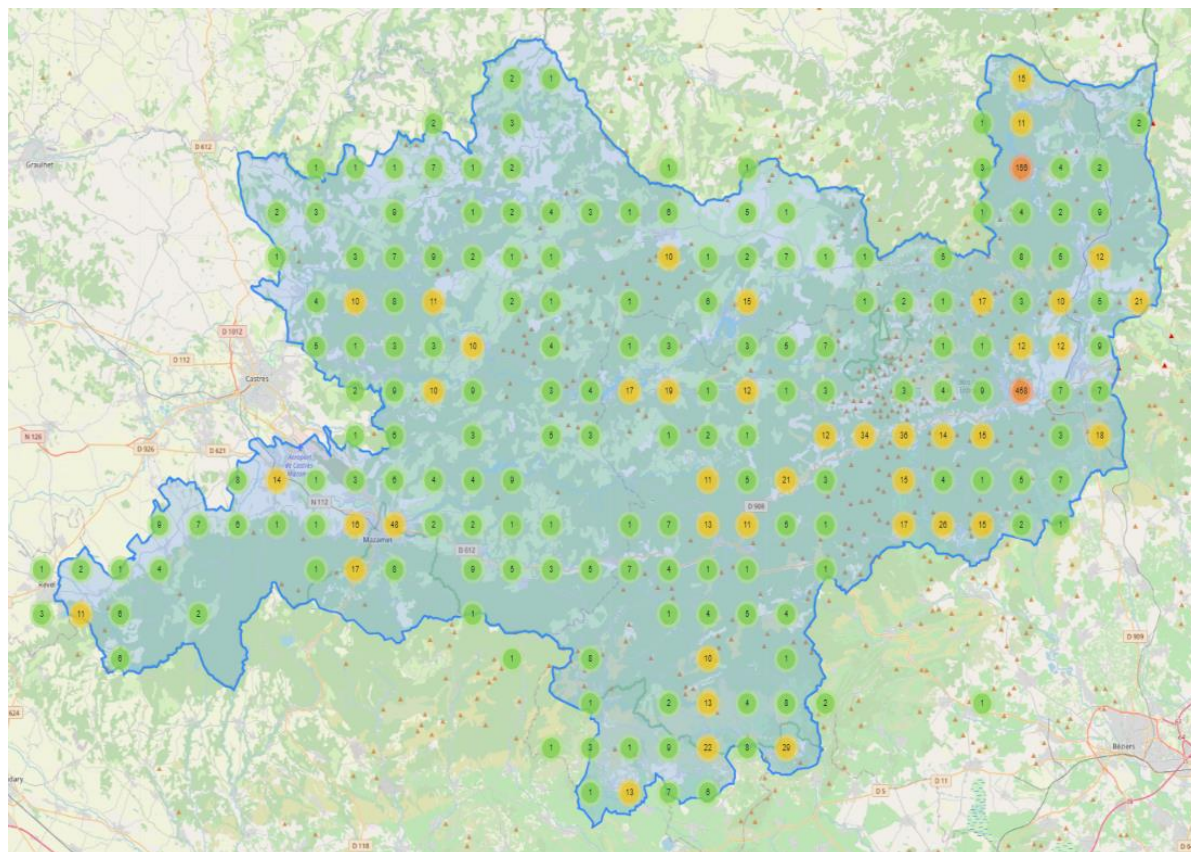


INRAE - Lessem - Développement Informatique et Base de Données : F.Bray & A.Torre  
Source données géographiques: IGN (ADMIN-EXPRESS)  
Source données attributaires: Insee-DGCI, Hébergements touristiques, Tourisme -  
Date de réalisation : 31/10/2024

La carte ci-après permet de confirmer le poids du thermalisme dans l'offre d'hébergement touristique marchand du territoire, avec une concentration de l'offre à Avène et Lamalou-les-Bains (respectivement 155 et 458 lits, en rouge sur la carte).

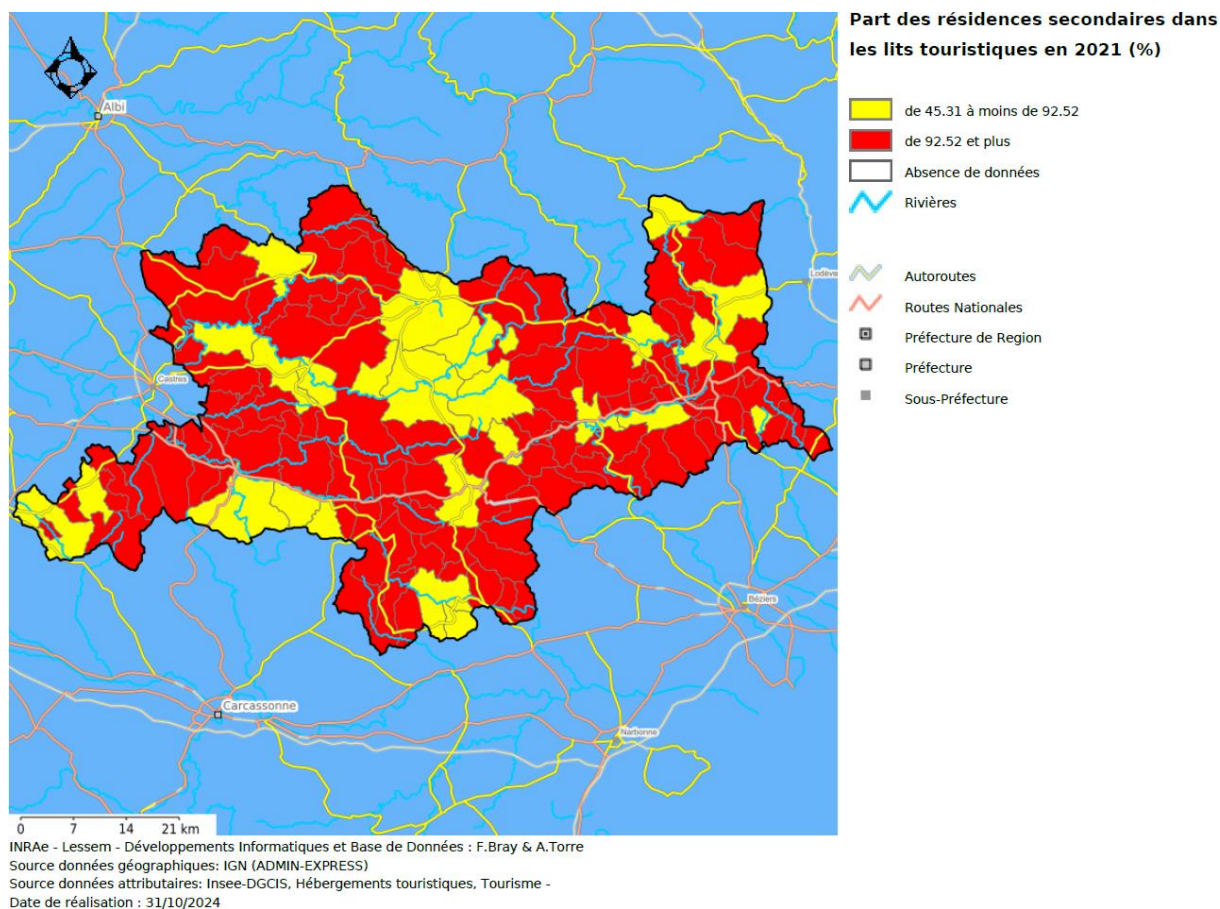
### La répartition de l'offre d'hébergements touristiques marchands en 2023 (périmètre classé) :

Source : CRTL Occitanie, 2024

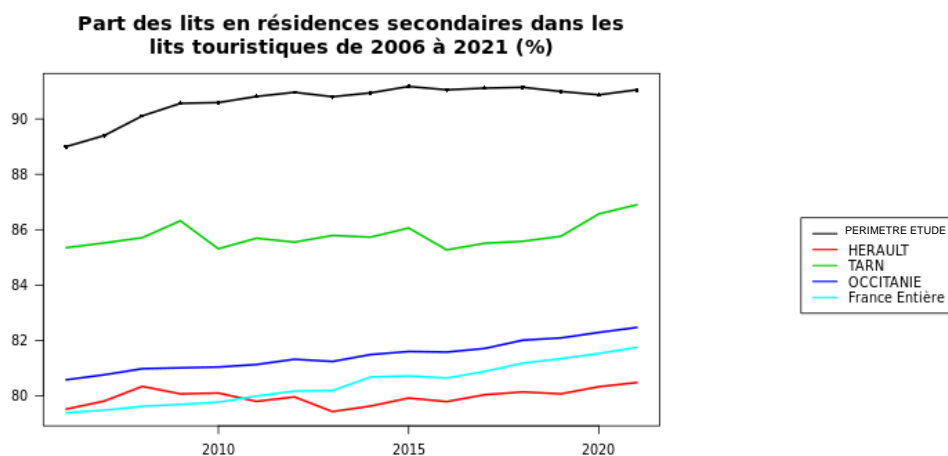




Il y a une forte part de **résidences secondaires** dans le volume des lits touristiques : en 2014, 90,94 % des lits touristiques sont en résidence secondaire et 91,05 % en 2021. Leur part est supérieure en comparaison des données nationales, régionales et départementales : 80,48 % en 2021 dans l'Hérault, 86,9 % dans le Tarn, 82,47 % en Occitanie et 81,75 % en France.

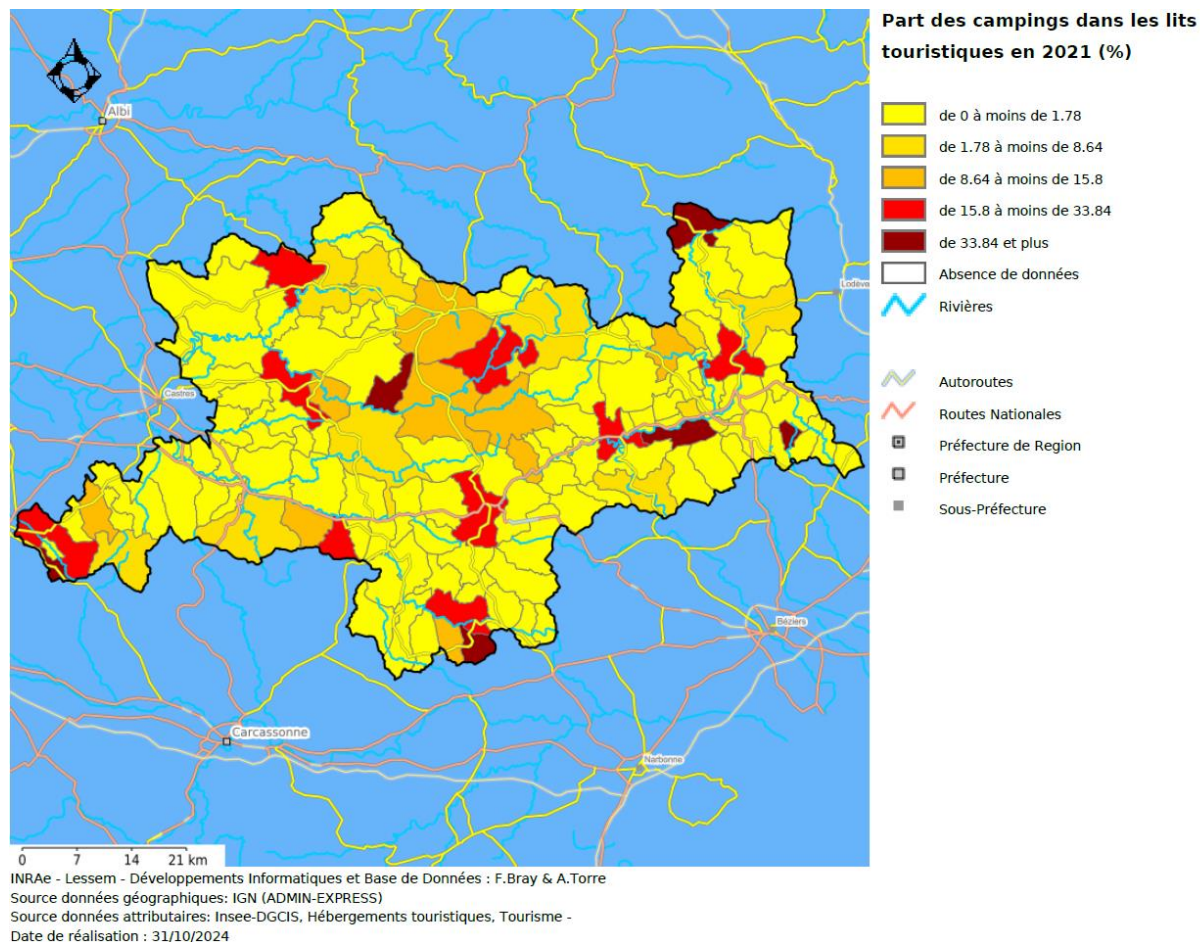


Côté tendance, elle est à la hausse partout. Sur le territoire, la part des résidences secondaires a augmenté de 2,3 % depuis 2006.

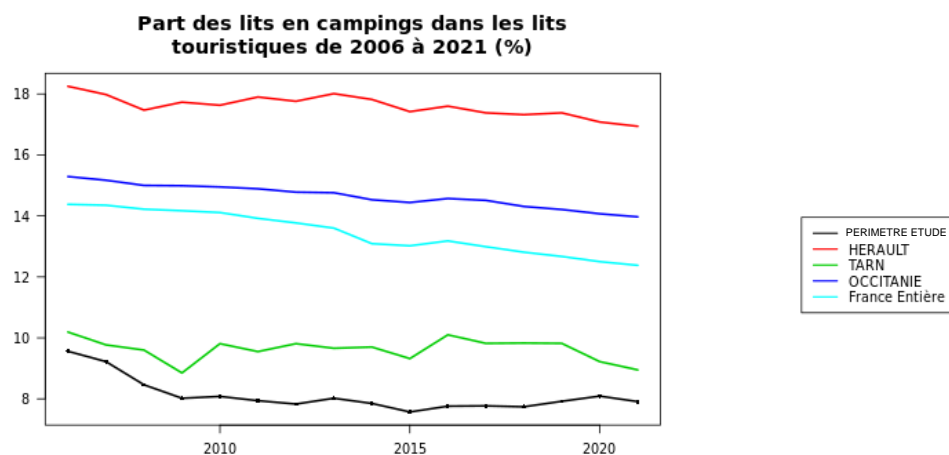


La part des campings sur le territoire se rapproche de celle du Tarn (8,95 % en 2021). C'est une faible part que les **campings** occupent dans le volume des lits touristiques : 7,85 % en 2014, 7,91 % en 2021.

Les campings sont en majorité de milieu de gamme (51 % d'emplacements 2 ou 3 étoiles). La proportion est deux fois moins importante qu'au régional (13,97 % en 2021), au national (12,38 %) ou même au regard de l'Hérault (16,94 % en 2021).



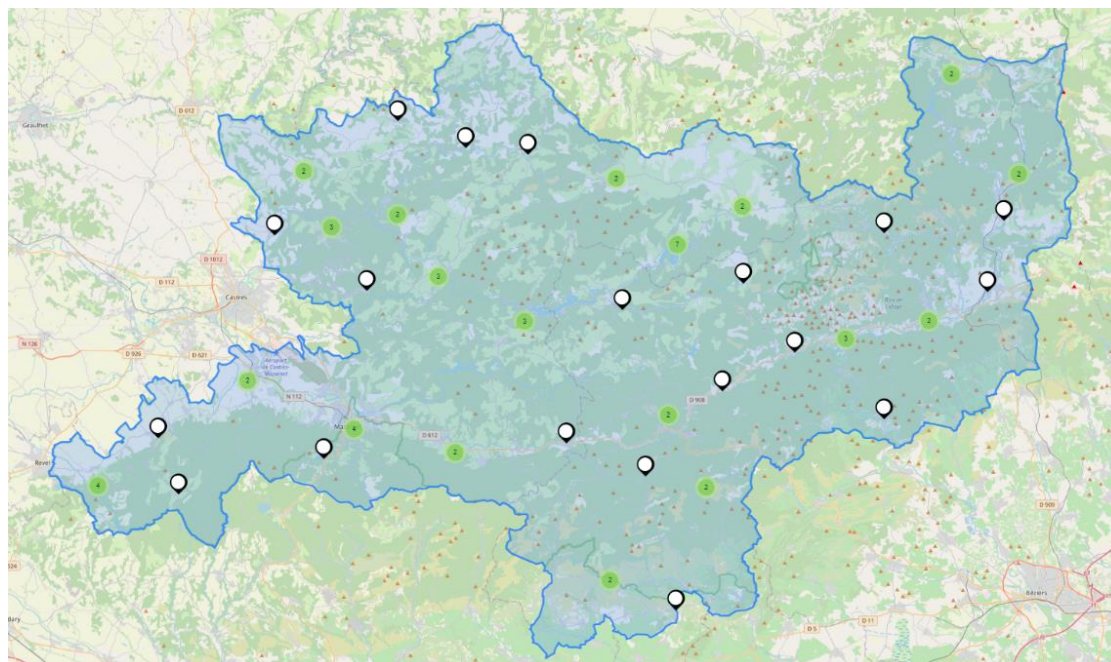
Côté tendance, elle est inverse à celle des résidences secondaires. Entre 2006 et 2021, le taux d'évolution est de - 17,26 %



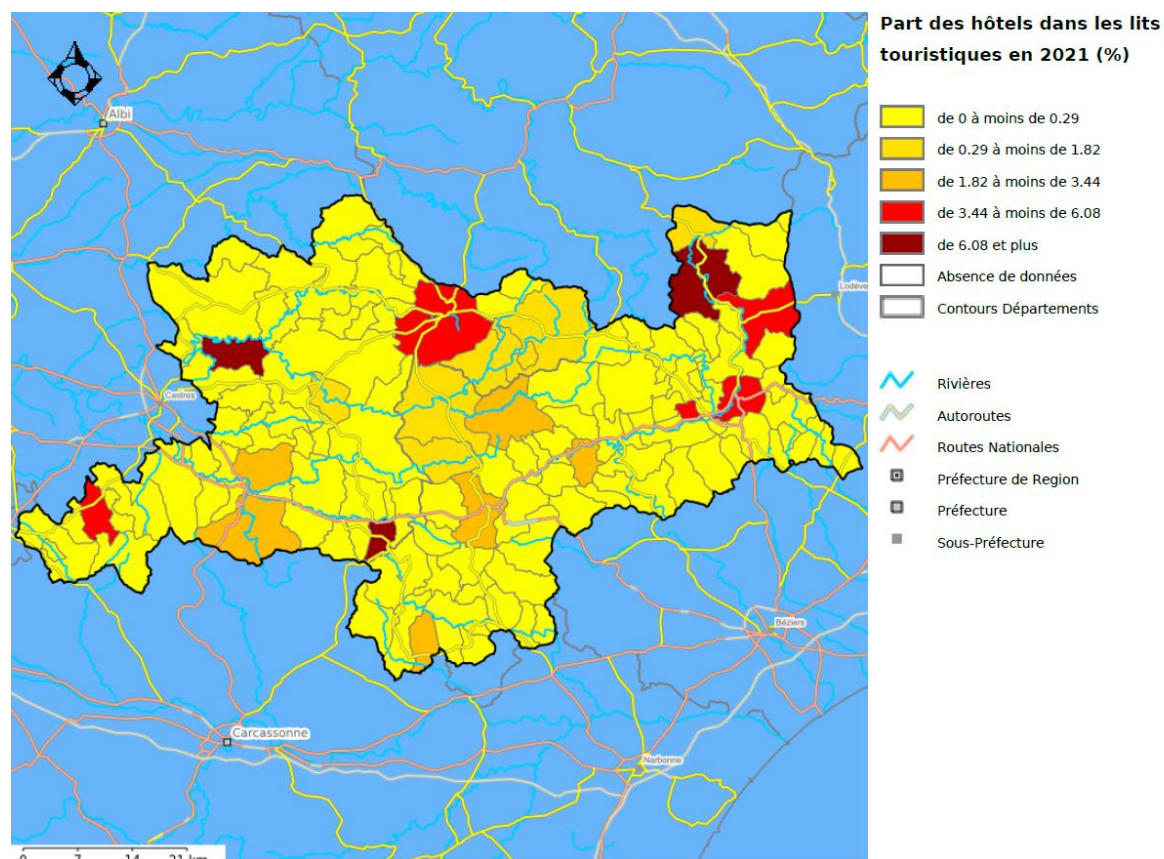


## La répartition de l'offre d'hôtellerie de plein air en 2023 (périmètre classé) :

Source : CRTL Occitanie, 2024



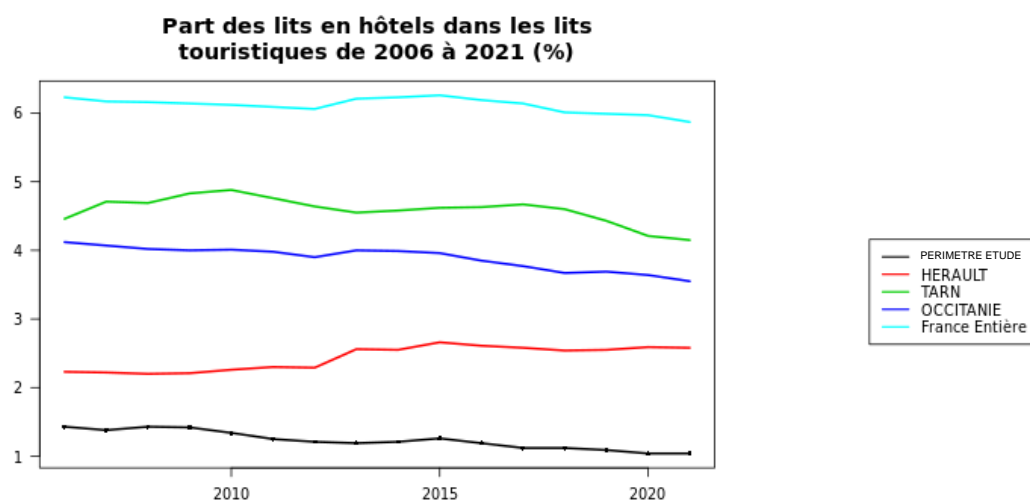
Il y a une part infime des **hôtels** dans le volume des lits touristiques : 1,04 % en 2021. Les hôtels sont également majoritairement de milieu de gamme (60 % de lits en 2 ou 3 étoiles).



INRAe - Lessem - Développements Informatiques et Base de Données : F.Bray & A.Torre  
 Source données géographiques: IGN (ADMIN-EXPRESS)  
 Source données attributaires: Insee-DGCIS, Hébergements touristiques, Tourisme -  
 Date de réalisation : 31/10/2024

En France, elle est en moyenne de 5,87 %, 2,58 % dans l'Hérault, 4,15 % dans le Tarn.

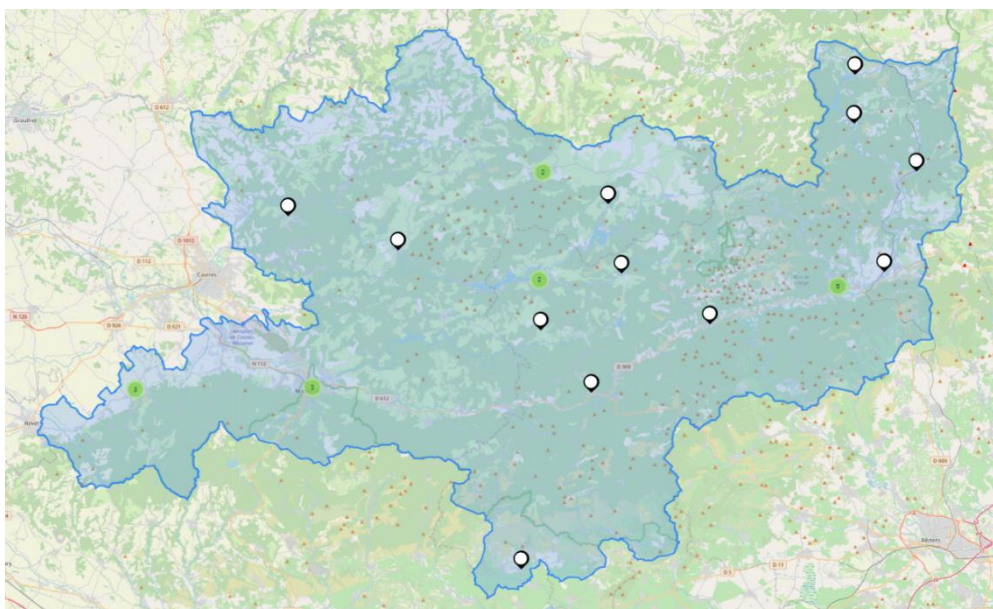
Sur le territoire, le taux d'évolution depuis 2006 (1,43 %) a chuté de 27,27 %.



L'offre de **chambres d'hôtes** est moins concentrée sur les zones d'attractivité. Plus diffuse, elle est inexistante sur de nombreuses communes. Les **gîtes de groupe** sont très localisés en fonction des activités de loisirs disponibles (escalade, chasse, etc).

#### La répartition de l'offre hôtelière en 2023 sur le territoire classé actuel :

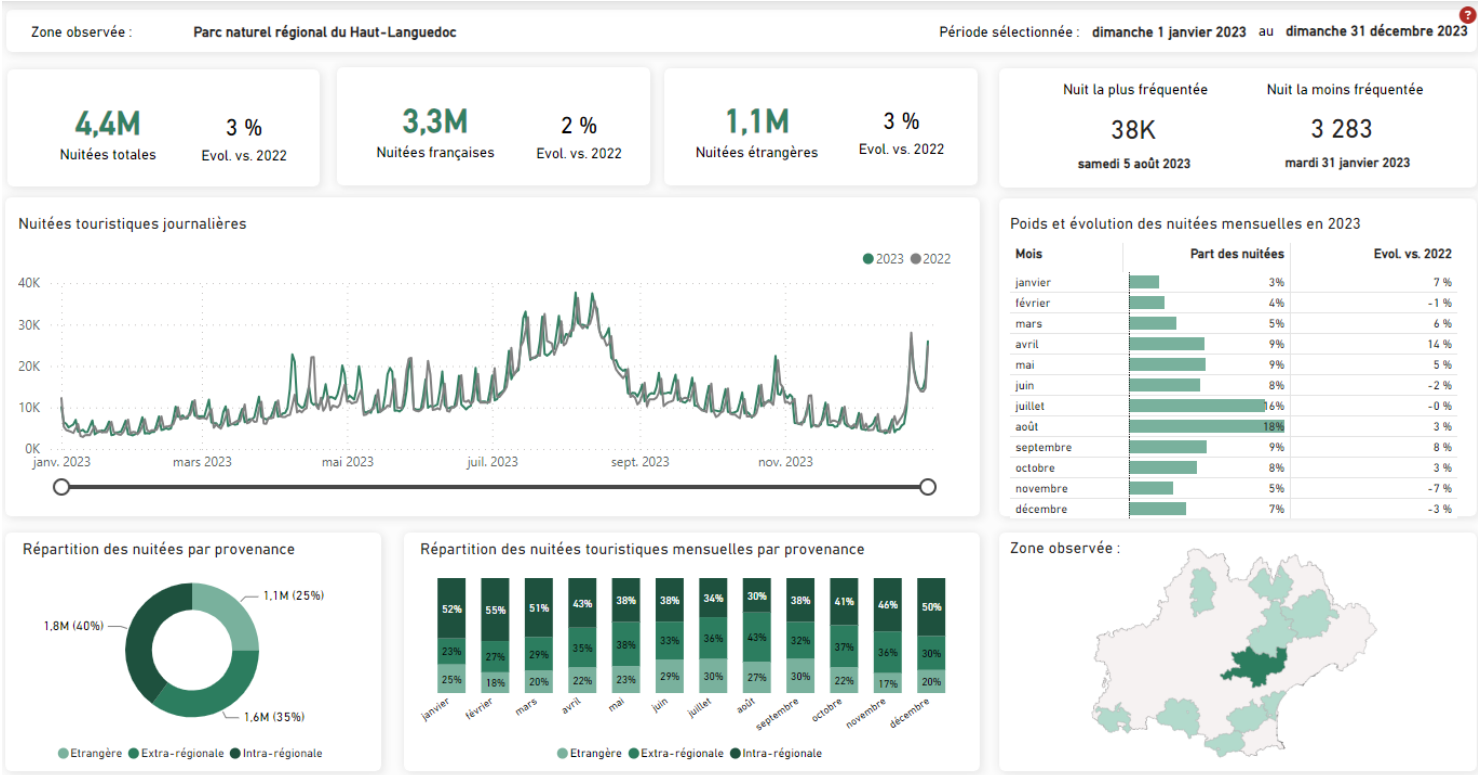
Source : CRTL Occitanie, 2024





Grâce à l'outil d'observation développé par le Comité régional du Tourisme et des Loisirs de la région Occitanie à l'échelle de tous les parcs d'Occitanie, le parc dispose désormais d'un outil d'observation à l'échelle de son territoire pour analyser les données liées aux nuitées.

La fréquentation dans le Parc naturel régional du Haut-Languedoc :



Source des données : Flux Vision Tourisme - Orange Business - Nuitées touristiques, tous modes d'hébergements confondus

Flux Vision Tourisme est un outil développé par Orange qui permet de convertir en temps réel des millions d'informations techniques provenant du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques pour mesurer la fréquentation et les déplacements de toutes les populations présentes sur une zone donnée.

Méthodologie

Un téléphone mobile émet des signaux à intervalles réguliers, captés par la borne la plus proche de l'opérateur de téléphonie mobile. On peut ainsi déterminer la présence et les mouvements d'un téléphone, de jour comme de nuit. Un redressement est ensuite effectué pour passer de mobiles à personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme les spécificités du réseau, les taux d'équipement en mobiles et les parts de marché d'Orange. A partir de la géolocalisation des mobiles aperçus dans les zones d'observation, Orange collecte des informations anonymes sur la présence et les déplacements des personnes. A partir de ces informations, les personnes présentes dans chaque zone sont segmentées en 6 catégories : résident, habituellement présent, touriste, excursionniste, excursionniste récurrent, personne en transit. Dans ce rapport ne sont étudiées que les nuitées des touristes, c'est-à-dire les personnes dormant dans la zone d'observation mais n'étant ni résidentes ni vus de façon récurrente dans la zone au cours des dernières semaines.

Du fait de la méthodologie utilisée par Flux Vision Tourisme, les chiffres présentés sont des estimations des flux touristiques et ne constituent pas des données exactes. Par conséquent, il est recommandé de les interpréter avec prudence. Les variations des nuitées comprises entre -5% et +5% doivent être considérées comme des périodes de stabilité.

Les données partagées ici portent sur les nuitées de l'année 2023 au complet, ainsi que leurs évolutions par rapport à 2022, excepté pour le Parc National des Pyrénées (observé à partir du 1er janvier 2023). Les zonages d'observation disponibles concernent le territoire régional ainsi que son découpage en 8 Univers de destination : Littoral, Massif central, Pyrénées, Lourdes, Urbain (hors métropoles), Montpellier métropole, Toulouse métropole et Campagne.

Pour 2022 et 2023, on constate une **stabilité** dans le volume des nuitées touristiques. 4,4 millions de nuitées touristiques ont été comptabilisées via le modèle « Flux Vision » en 2023. Avec un record, le samedi 12 août et ses 30 000 nuits comptabilisées.

La **clientèle de proximité** (intra-régionale) est la plus présente avec 40 % du volume des nuitées touristiques et devance de peu la clientèle des autres régions (35 %).

L'Hérault (40 %), le Tarn (25 %) et la Haute-Garonne (14 %) sont les départements d'Occitanie les plus représentés.

Elle est plus présente hors-saison (de janvier à avril et d'octobre à décembre) qu'en pleine saison. En août, elle est à son plus bas niveau avec 30 % des nuitées touristiques au bénéfice des clientèles extrarégionales qui, en juillet-août, comptabilisent le plus de nuitées (36 % en juillet et 43 % en août).

C'est essentiellement une clientèle qui vient sur des week-ends. A noter que c'est la nuit du 31 décembre qui aura accueilli le plus de clientèle venue d'Occitanie.

**Les clientèles extrarégionales** représentent 35 % du volume total des nuitées touristiques. Ce sont majoritairement des parisiens. La région Île-de-France représente 11 % des nuitées extrarégionales, suivie par la région AURA (7 %) et PACA (7 %) et les départements du Rhône et des Bouches-du-Rhône. Cette clientèle est présente toute l'année avec une augmentation à partir d'avril jusqu'en novembre-décembre (35 % en avril, 36 % en novembre).

Pour la clientèle d'Île de France, ce sont des nuitées rythmées par les vacances scolaires : une légère augmentation pour les vacances d'hiver, plus sensible sur les vacances de printemps, de la Toussaint et Noël, avec un pic le 14 juillet et le 15 août.

Pour les clientèles d'AURA et de PACA, on constate également un lien avec les vacances scolaires mais aussi sur les longs week-ends, notamment ceux de mai.

**La clientèle étrangère** représente 25 % des nuitées touristiques. On constate une certaine constance dans leur présence sur le territoire avec une saisonnalité qui est très peu marquée puisqu'elle oscille entre 17 % (novembre) à 30 % (juillet, septembre).

Ce sont le Royaume-Uni (21 %), les Pays-Bas (20 %), l'Allemagne (18 %) et la Belgique (15 %) les pays les plus représentés. C'est sur les mois de juillet (19 %) et août (20 %) qu'ils sont le plus présents avec un plébiscite des Pays-Bas en août (27 % du volume des nuitées des clientèles étrangères), 26 % pour la Belgique, et 22 % pour l'Allemagne et le Royaume-Unis.

## L'offre touristique

Le territoire du Parc bénéficie d'une offre culturelle et de loisirs riche avec de nombreux sites de visite et de pratique reconnus par des labels de portée départementale, régionale, nationale voire internationale et plébiscités par les visiteurs.

Le territoire du Parc compte une grande diversité dans les thèmes culturels abordés aussi bien que dans les loisirs disponibles.

On constate une baisse de fréquentation dans de nombreux sites culturels tarnais. Toutefois, la fiabilité des données peut être questionnée.

## L'offre d'activités de pleine nature

### Les sites accueillant les activités de pleine nature

La variété des écosystèmes, la richesse géologique et le climat clément font du Haut Languedoc un lieu propice à la pratique d'une multitude d'activités en plein air (APN), accessibles à tous les publics. De fait, la tendance est à l'exponentiel pour ces APN.

Sur terre, les options sont nombreuses : des randonnées pédestres, équestres et cyclistes sont proposées, avec des itinéraires adaptés et des cols aménagés pour les vélos. Le territoire est également réputé pour le VTT enduro, accueillant des compétitions de très haut niveau. Les reliefs variés permettent aussi des aventures plus engagées, telles que la randonnée alpine.

En matière d'activités à cordes, l'escalade est pratiquée sur différents sites, notamment dans le célèbre massif du Caroux, bénéficiant d'une renommée historique, où l'on trouve aujourd'hui plus de 500 voies d'escalade.

Pour les familles, quatre parcs accrobranches offrent des parcours ludiques.

De plus, ces dernières années, d'autres pratiques ont vu le jour : le saut à l'élastique ou encore la highline. **Cette dernière étant pratiquée dans des espaces naturels favorables à l'accueil de sites de nidification de rapaces rupestres.**

Les activités aquatiques ne sont pas en reste, avec 7 lacs disposant de bases de loisirs, des zones de baignade en rivière, 4 bases de canoë et des parcours de canyoning principalement concentrés dans le massif du Caroux. La pêche est également une activité prisée avec notamment la présence de rivières de 1<sup>re</sup> catégorie.

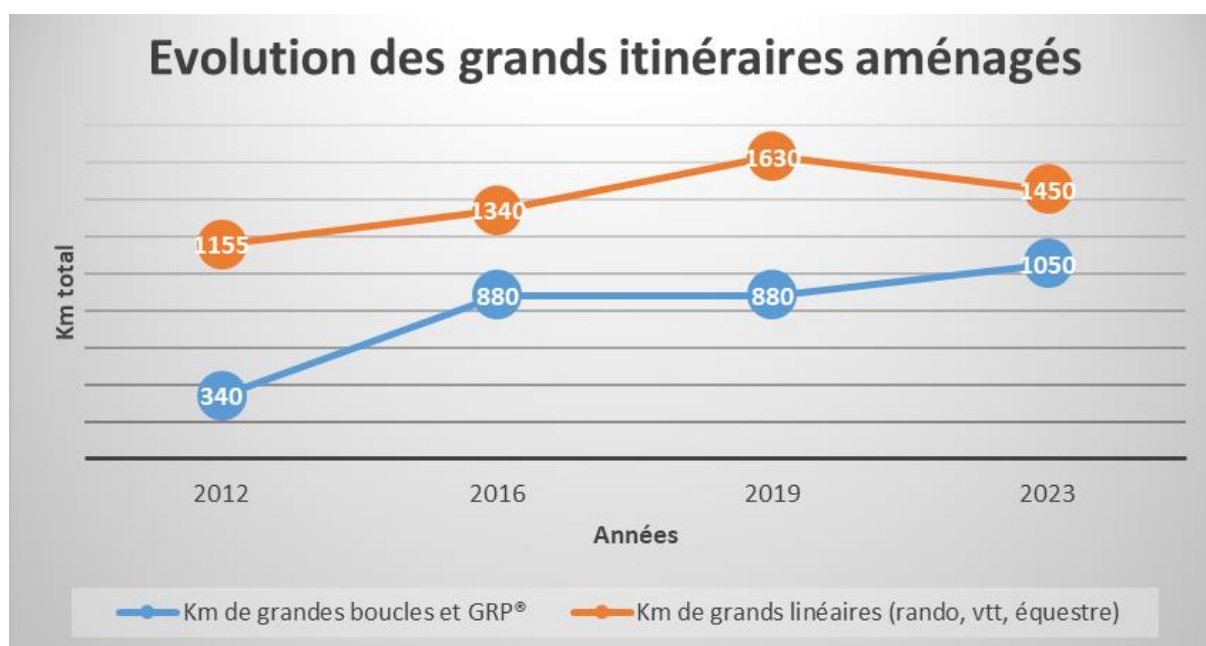
Le Parc propose également quelques sites propices aux activités aériennes : un aérodrome situé à Bédarieux, ainsi que plusieurs zones de décollage pour le parapente.

Enfin, pour ceux qui préfèrent explorer les entrailles de la terre, la spéléologie est pratiquée par les membres des associations locales dans diverses régions du Parc : de la Montagne Noire au Minervois, en passant par les vallées de l'Orb et du Jaur, ainsi que dans le secteur du Mont Marcou. De plus, la « Grotte de la Fileuse de Verre » à Courniou est aménagée pour accueillir le public et propose un espace muséographique.

## L'itinérance

Il existe 6 GR® de Pays<sup>4</sup> et 5 GR®<sup>5</sup> dont St Jacques de Compostelle, et d'autres itinéraires se parcourant sur plusieurs jours : la « boucle de Montaud » ou encore « En suivant l'Enfant Sauvage ».

Il y a eu plus de 300 % d'augmentation du nombre de km de grandes boucles de randonnées entre 2012 et 2023. Les grands linéaires toutes randonnées confondues (GR®, Passa Méridia, le Tarn à cheval, la GTMC<sup>6</sup>, etc.), quant à eux, sont passés de 1 155 km balisés en 2012 à 1 450 km en 2023.



<sup>4</sup> GRP Haute Vallée du Thoré, GRP Tours des Hautes Terres d'OC, GRP Montagne du Haut-Languedoc, GRP Haut Languedoc et Vignobles, GRP EDLAS, GRP Minervois

<sup>5</sup> GR®36, GR®653 Voie d'Arles, GR®7, GR®787 Bretelle de Fontcaude, GR®77

<sup>6</sup> Grande Traversée du Massif Central à VTT

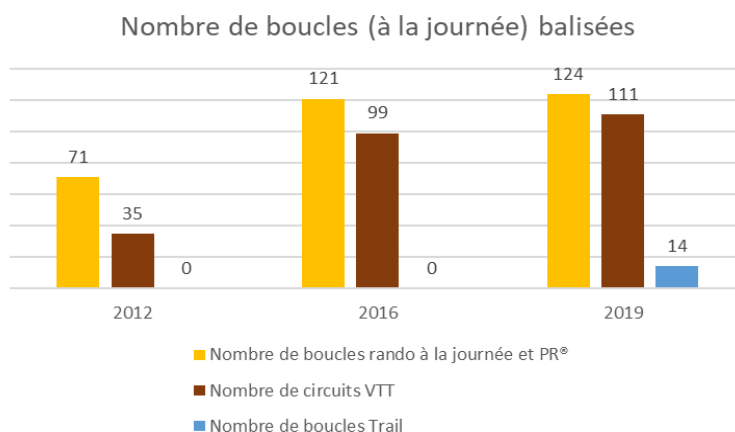
## Les circuits à la journée

Pour la randonnée, 226 boucles à la journée ont été dénombrées sur cirkwi en 2023.

Concernant le vélo, 111 circuits VTT sont proposés et le nombre de « sites VTT-FFC » (label de la fédération française de cyclisme) a presque doublé sur le territoire d'étude (4 en 2013, 7 en 2023<sup>7</sup>). Aujourd'hui, les itinéraires VTT balisés représentent un total de 2 100 km sur le complexe Hautes Terres d'Oc, Thoré Montagne Noire, Montagnes du Caroux et Grand Orb.

Ces chiffres n'incluent pas l'offre de parcours vélo sur route, qui s'est elle aussi développée ces dernières années, s'appuyant sur la notoriété de Laurent Jalabert dans le Tarn, l'aménagement de cols dans l'Hérault mais aussi la proposition de circuits d'« œno vélo ».

Les circuits à la journée pédestre, Trail et VTT (sentiers balisés et qualifiés) ont également suivi une très forte augmentation de 2012 à 2019. Les données plus récentes n'ont pas été répertoriées.



## La qualification des sites de pleine nature

Le Code du Sport confie aux départements le développement maîtrisé des sports de nature. A cette fin, le Conseil Départemental élabore un Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires relatifs aux sports de nature (PDESI).

Celui-ci a pour but de pérenniser la pratique libre des sports de pleine nature : randonnée, escalade, canoë-kayak, parapente, vélo, voile, etc.

Il est réalisé collectivement avec les fédérations et associations sportives et environnementales, Hérault Sport, les collectivités locales, Hérault Tourisme et les acteurs du tourisme, les gestionnaires des espaces naturels et les services de l'Etat.

Tous les ans, des sites de pratiques sont proposés pour être inscrits au PDESI et font alors l'objet d'une réflexion croisée et d'un avis des différents partenaires.

Répartition des sites examinés en vue d'une inscription au PDESI



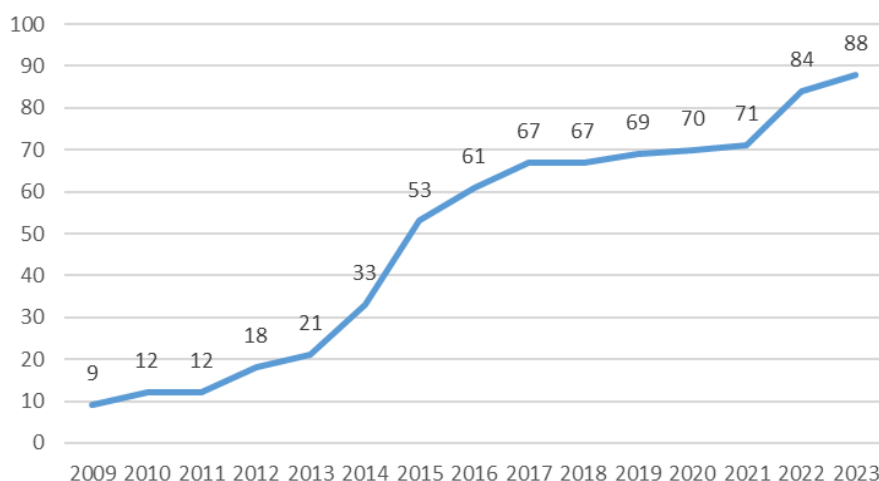
<sup>7</sup> Les sites VTT-FFC localisées sont à Brassac, La Salvetat-sur-Agout, Lacaune, Albine, Lamalou-les-Bains, Bédarieux et Mons.



Il est logique d'observer une augmentation du nombre de sites inscrits au PDESI au fil du temps.

Cet outil assure une meilleure prise en compte des enjeux des différents acteurs du territoire, résultant d'une démarche de concertation collective.

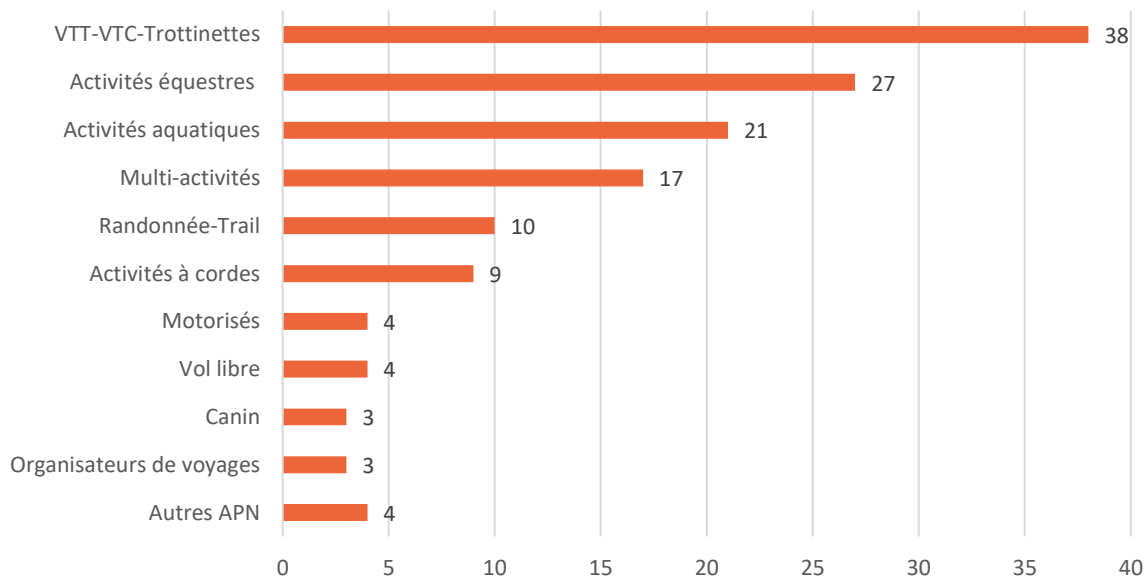
Nombre total de sites inscrits au PDESI



## Les associations et socio-professionnels

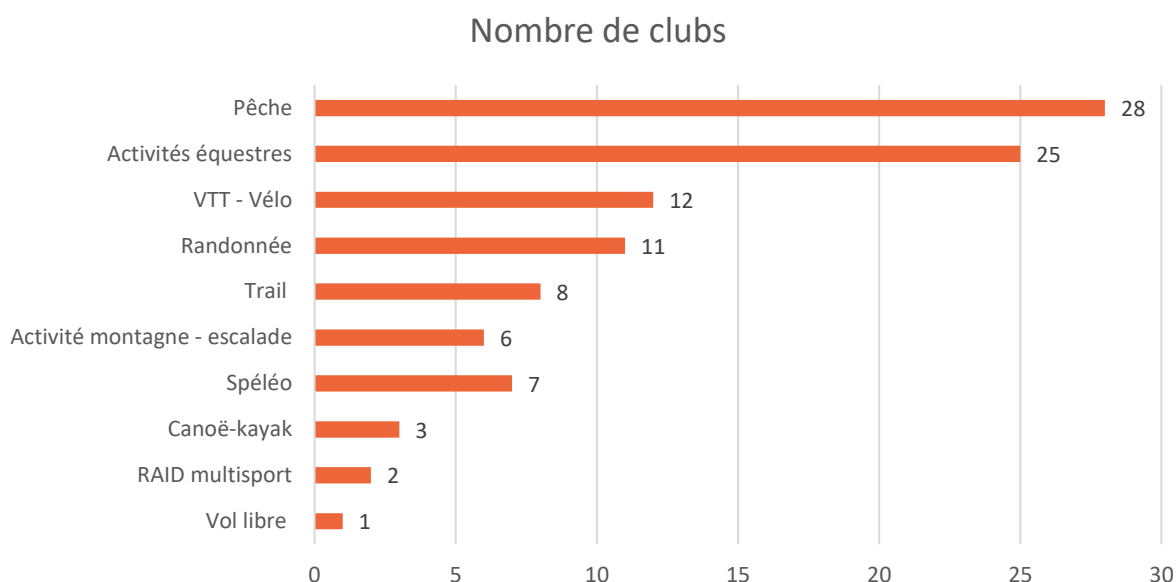
L'exploitation et l'animation des sites de pratiques dites «de pleine nature » font vivre directement plus de 140 professionnels et/ou structures commercialisant une prestation (source : sites Web des offices de tourisme). Le tissu associatif est également très fortement développé avec plus de 100 associations proposant des activités de pleine nature, la chasse n'étant pas incluse dans ce décompte (source : sites Web des fédérations délégataires).

Nombre de structures proposant des prestations touristiques



La pratique du vélo (route, VTC et/ou VTT) est très largement représentée sur le territoire, notamment parmi les structures proposant des activités touristiques. Parmi les 38 structures, 29 proposent de la location (50 % de vélos électriques et 50 % de vélos musculaires) et 9 proposent des prestations d'encadrement.

Les centres équestres quant à eux mêlent, pour la plupart, des prestations de tourisme et une activité de club pour leurs licenciés.



Concernant les activités aquatiques, la pêche est une activité dominante dans le tissu associatif avec 28 APPMA contre 3 guides de pêche. Du côté des socio-professionnels, les 21 activités aquatiques visibles sur graphique sont majoritairement représentées par des bases de loisirs (11), le reste représente le canyoning (3), le canoë et paddle (4) et la pêche (3).

Mais les activités aquatiques représentent une part très importante dans les loisirs touristiques, puisqu'elles sont aussi proposées par 12 des 17 structures dites "multi-activité" (8 professionnels proposent par exemple à la fois du canyoning et de l'escalade).

## Les événements sportifs

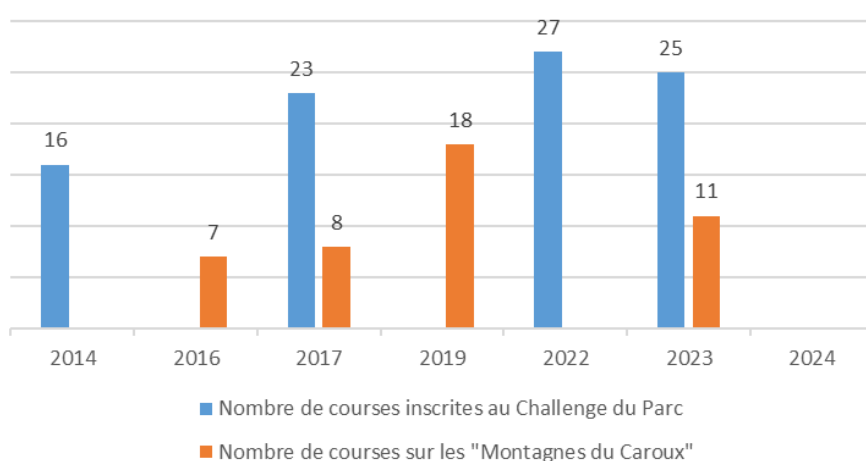
Les données recueillies sur le territoire ne sont pas complètes (manque de données sur de nombreuses zones géographiques du Parc) et irrégulières (sans reconduction du suivi d'une année à l'autre).

Malgré ce biais, l'exemple (illustré dans le graphique ci-dessous) de l'évolution des manifestations sportives du pôle de pleine nature Montagne du Caroux<sup>8</sup> ainsi que des courses inscrites au challenge du Parc<sup>9</sup> indiquent une tendance globale à la hausse depuis 2014.

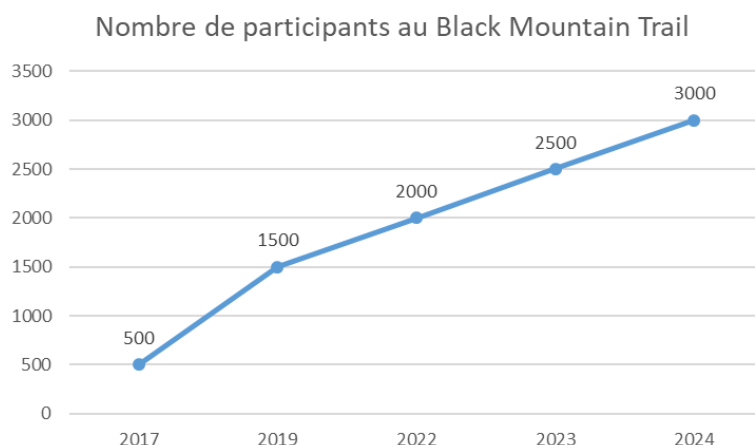
<sup>8</sup> Projet de territoire porté par le Pays HLV, couvrant environ 20% du territoire du Parc

<sup>9</sup> Le Challenge du Parc est géré par une association loi 1901. Elle regroupe l'ensemble des courses pédestre (cross, trail) des organisateurs ayant fait la démarche d'adhérer à l'association.

## Evolution du nombre de manifestations sportives



L'exemple du Black Mountain Trail<sup>10</sup> montre qu'à l'augmentation du nombre de courses sur le territoire, peut s'ajouter parfois une très forte augmentation (+ 600 %) du nombre de participants (graphique ci-dessous).



Parmi les événements sportifs sur le Parc, certains sont de notoriété européenne voire mondiale, c'est le cas par exemple de l'« Epic Enduro ». La première édition a eu lieu en 2014, cette course rassemble aujourd'hui 800 sportifs, elle a largement contribué à la notoriété du Caroux comme terrain de jeu pour la pratique de VTT enduro.

En 2024, l'observation de la périodicité des courses a été observée : 17 manifestations sur 24 recensées ont lieu entre mi-mars et mi-août, période de sensibilité maximale des espèces naturelles !

**A noter que nous n'avons pas la donnée permettant de voir la représentativité des APN à travers ces événements.**

<sup>10</sup> Événement annuel de Trail créé en 2017 en Montagne noire.

## Le suivi de la fréquentation des sites

Les années 2020 et 2021, ont été marquées par une très forte hausse de la fréquentation par les locaux et clientèle de proximité sur tout le territoire, comme en témoigne l'éco compteur des gorges d'Héric avec une fréquentation relevée de 126 732 passages cumulés en 2019, contre 168 428 en 2020 et 176 104 en 2021.

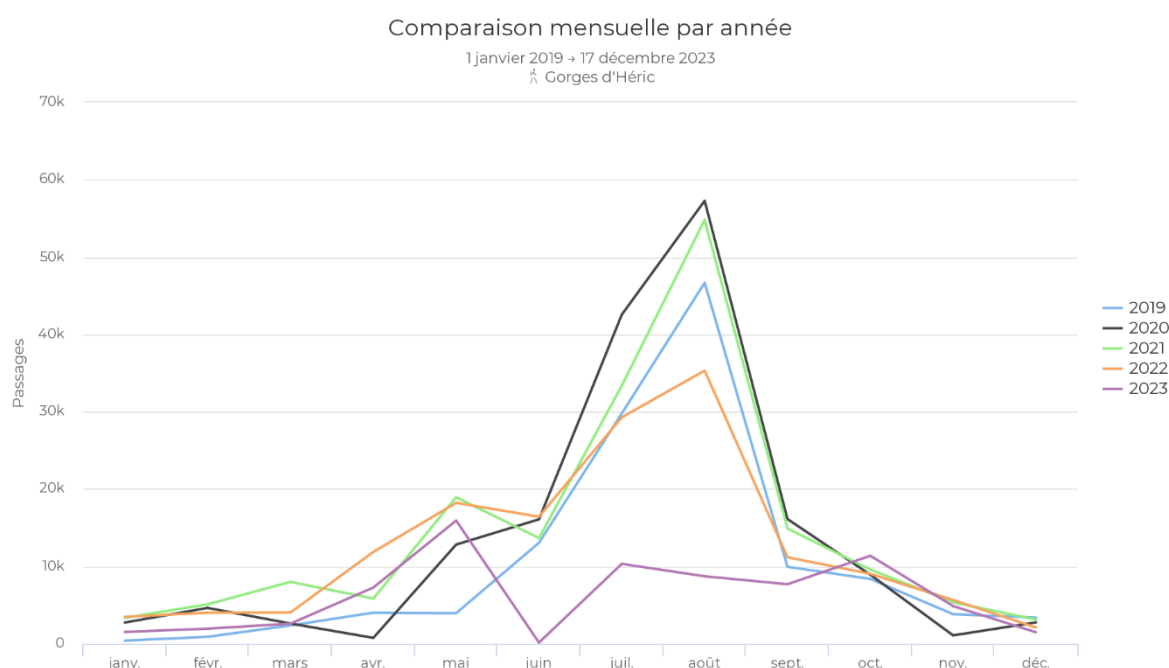
En 2022 et 2023, c'est l'étalement de la fréquentation sur les ailes de saison, notamment au printemps qui s'affirme (cf. les quatre graphiques ci-dessous).

Entre 2022 et 2023, les professionnels des activités de pleine nature ont constaté une baisse de 20 à 30 % de leur activité, revenant ainsi à leur niveau d'avant Covid.

En 2022 et 2023, il est constaté aussi l'étalement de la fréquentation sur les ailes de saison, notamment au printemps qui s'affirme (cf. 4 graphiques ci-dessous).

## Les éco-compteurs

### La Fréquentation des Gorges d'Héric :



### Total cumulé de passages à l'année (In + Out) :

2019 : **126 732**

2022 : **150 665**

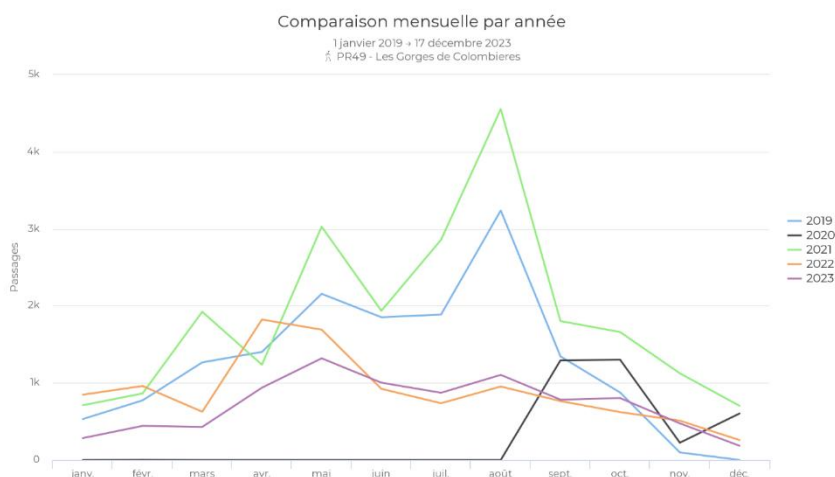
2020 : **168 428** (très forte fréquentation et conflits d'usage ayant conduit à la mise en place du groupe Caroux)

2023 : **75 170** environ (baisse de la fréquentation liée à la fermeture complète des gorges en juin)

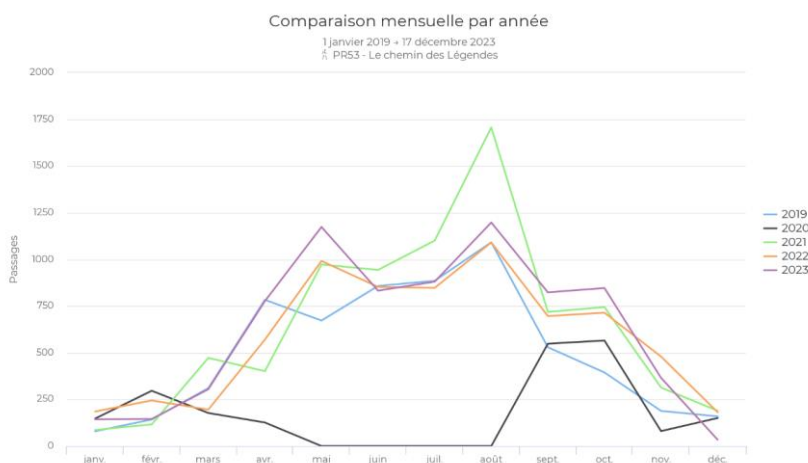
2021 : **176 104**

A dire d'expert (réflexion issue du groupe Caroux du 15/12/2023) : les passages au printemps représentent principalement des locaux, randonneurs et grimpeurs. La clientèle d'été est principalement constituée de touristes.

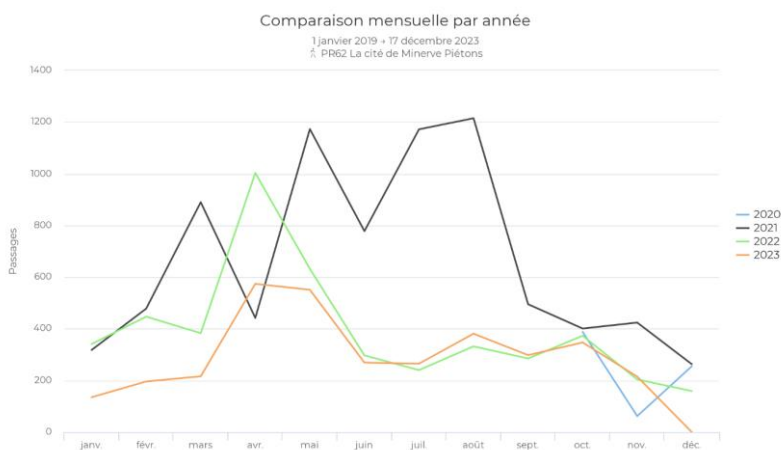
## La Fréquentation des Gorges de Colombières :



## La Fréquentation du Chemin des Légendes :



## La Fréquentation du PR La cité de Minerve :



## L'outil « OutdoorVision »

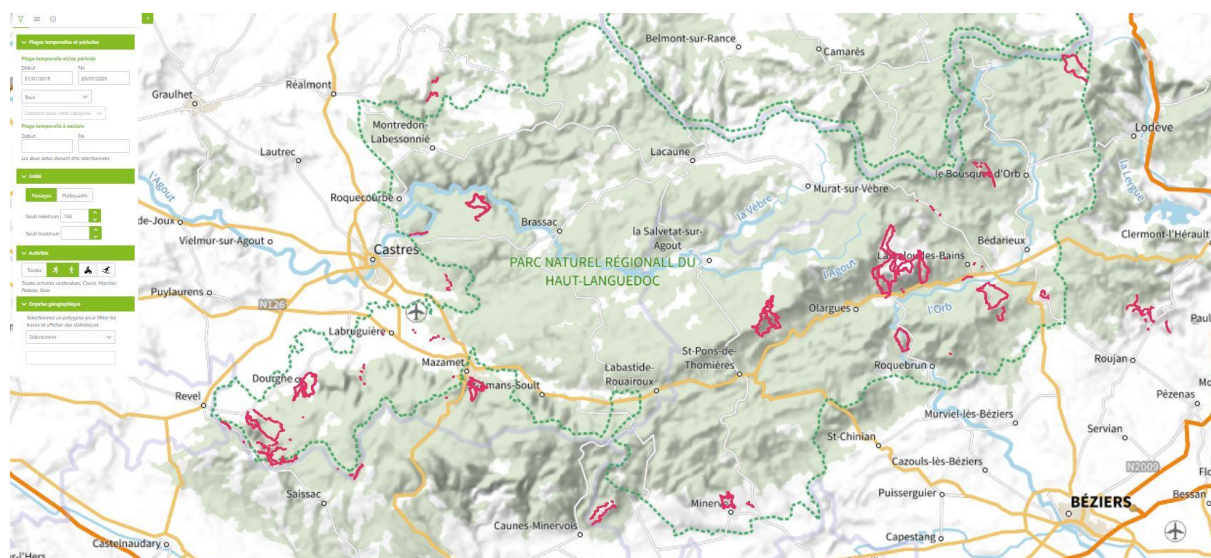
L'outil « OutdoorVision », développé par le pôle ressource national des sports de nature, est testé par le Parc depuis 2022. C'est un outil d'aide à la décision, utile dans le cadre des politiques territoriales, qui agrège les tracés GPS issus de services et d'objets connectés des pratiquants de sports et loisirs de nature, avec leur autorisation.

Les sorties de course à pied, de vélo ou de marche enregistrées sur le terrain par les pratiquants sont fournies par les applications mobiles, objets connectés ou sites web.

La plateforme « OutdoorVision » traite ces données et permet de visualiser de façon précise la pratique des sports et loisirs de nature à différentes échelles et offrant des possibilités d'analyse pouvant aller jusqu'aux précisions horaires des passages, aux lieux et temps de pauses des pratiquants ou encore permettant des comparaisons temporelles pour une même randonnée.

Cet outil présente l'avantage de montrer les habitudes réelles des pratiquants (ex : dévier le chemin balisé pour se rapprocher d'un point de vue). De ce fait, il peut mettre en exergue la fréquentation de sentiers non référencés officiellement.

L'importance de connaître les usages numériques est de plus en plus évidente. Comprendre comment les pratiquants de sports et loisirs de plein air utilisent le numérique peut aider à développer de nouveaux outils pour augmenter leur expérience, améliorer leur sécurité et protéger les espaces naturels.

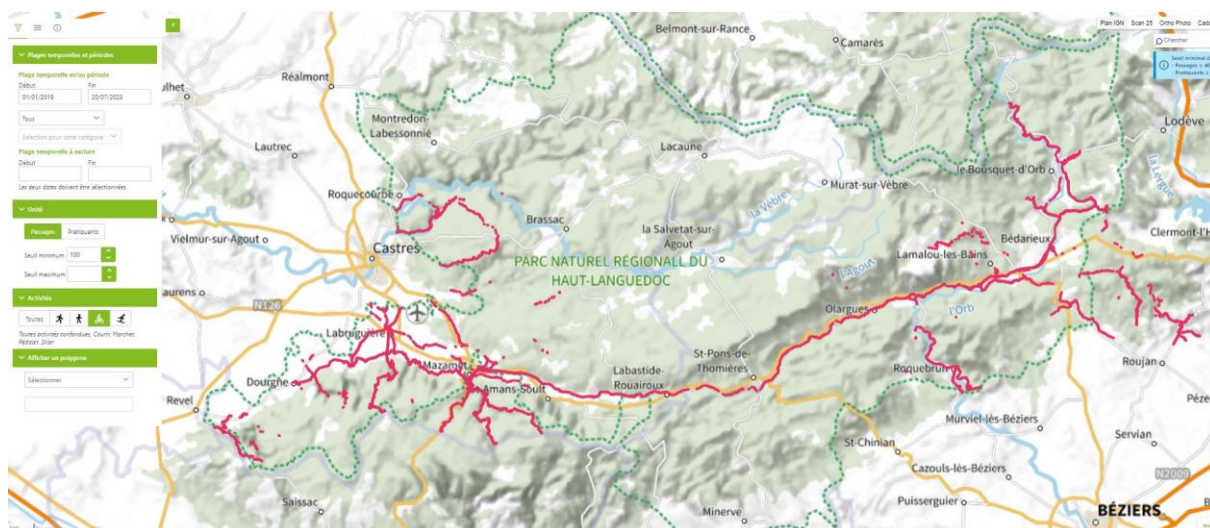


*Outdoorvision – Randonnée et Trail, fréquentation cumulée Janvier 2019-Août 2023 (plus de 150 passages)*

Les circuits les plus fréquentés en randonnée et en Trail correspondent à des PR® ou des sites emblématiques du territoire en termes de paysage (points de vue ou sites à forte identité) : le massif du Caroux, le lac de Vézoles, la Montagne noire occidentale, le Sidobre, Minerve, etc.

**Certains secteurs sur lesquels se concentrent les pratiquants sont également concernés par des zonages Natura 2000 : Montagne noire occidentale (La Capelette, Berniquaut, Calel...), site du Minervois ou encore le site du Caroux.**





Outdoorvision – Vélo, fréquentation cumulée 2018-2022 (plus de 100 passages)

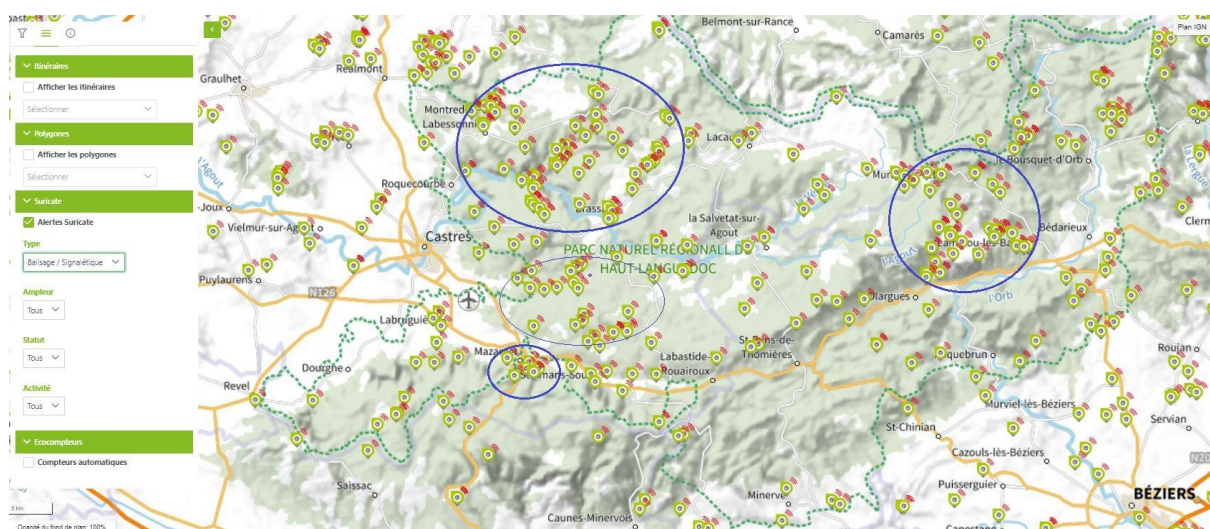
Les sites fréquentés à vélo se concentrent dans le sillon médian grâce à l'aménagement de voies dites douces comme la voie verte « PassaPaïs ». Un projet largement plébiscité, notamment lors de la concertation grand public mais aussi auprès des partenaires qui retiennent la collaboration modèle entre les acteurs ayant contribué à ce projet de territoire de 80 km (voir les pages 46 et suivantes).

Toutefois, il faut préciser que les pratiquants VTT ne sont que très peu représentés sur l'outil « Outdoorvision » à ce jour.

## Les signalements en provenance des pratiquants

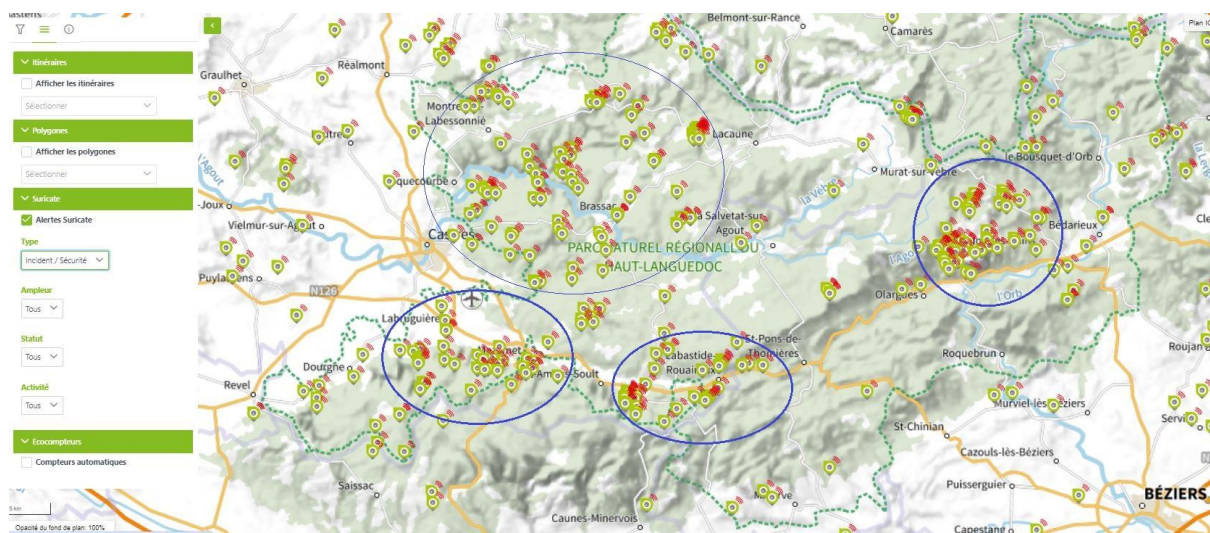
L'outil « Suricate », développé par le pôle ressource national des sports de nature, permet aux usagers de signaler des problèmes rencontrés lors de la pratique (erreur de balisage, panneau défectueux, pollution, besoin de sécurisation, conflit avec un propriétaire...). De nombreuses réclamations ont pu être collectées sur le Parc depuis 2018.

La très grande majorité des signalements concerne les rubriques "balisage / signalétique" et "incident / sécurité". Ils sont le plus souvent destinés aux gestionnaires des sentiers (exemple : balisage à renforcer, arbre tombé, panneau couché, etc.).



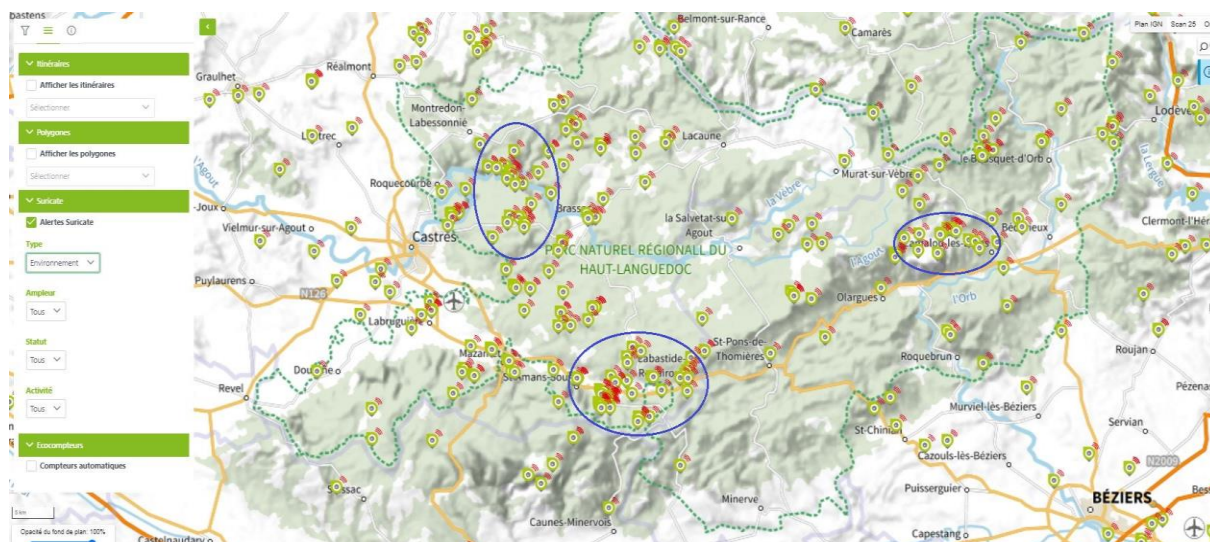
Suricate – Alerte « Balisage / Signalétique » en Janvier 2024





Suricate – Alerte « Incident / Sécurité » en Janvier 2024

D'autres signalements sont en lien avec des problèmes liés à l'environnement (pollution visuelle le plus souvent).

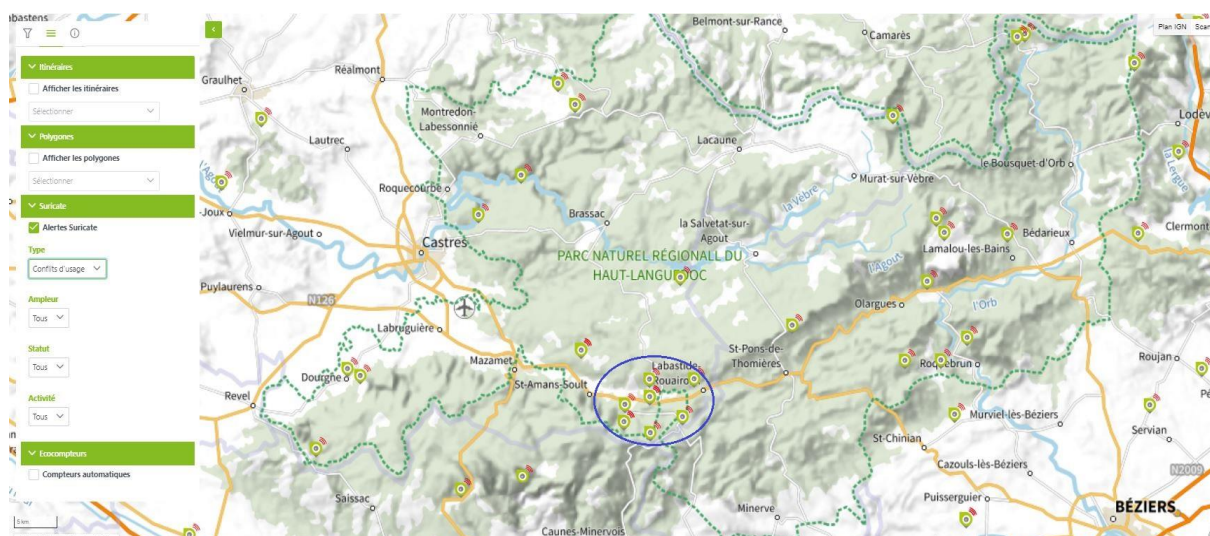


Suricate – Alerte « Environnement » en Janvier 2024

Enfin, la dernière catégorie possible pour les signalements sur la plateforme « Suricate » concerne les conflits d'usage.

Si une concentration semble visible dans la vallée du Thoré, une analyse plus fine serait nécessaire pour comprendre la concentration des signalements (s'agit-il d'un signaleur ayant pris le réflexe de « Suricate » ?).

Quant à la nature des signalements, ils sont de plusieurs ordres : rave party, chemin détruit par des exploitants forestiers, sentier fermé par une commune, barrière avec barbelés dissuasifs et dangereux, poubelle éventrée, etc.



Suricate – Alerte « Conflit d'usage » en Janvier 2024

## Les organisations locales autour des APN

Il existe deux pôles de pleine nature<sup>11</sup> sur le Parc. Ces territoires organisés et reconnus à l'échelle du Massif central mettent en œuvre une stratégie de développement par les sports et loisirs de nature. Un développement harmonieux du territoire – par une approche équilibrée entre développement touristique et attractivité du territoire, démarches à destination des touristes et des habitants – tel est l'objectif de ces stratégies.

Par ailleurs, le massif du Caroux, concentré sur une superficie de 8 km sur 8 km, est à cheval sur ces 2 pôles de pleine nature. On recense 25 partenaires principaux interagissant à l'échelle de ce territoire pour sa gestion ou bien sa valorisation touristique.

Le « groupe Caroux », initié par le Parc depuis 2021, offre un espace de collaboration réunissant ces partenaires, incluant des communes, des offices de tourisme, des services départementaux et des organismes de protection de l'environnement. Ce groupe vise à coordonner les actions et élaborer une politique commune pour la gestion de la fréquentation du massif.

## Les tendances repérées

Plusieurs tendances et observations doivent être prises en compte pour comprendre l'évolution des pratiques de pleine nature et permettre d'anticiper au mieux leurs impacts sur le territoire du Parc :

- L'engouement pour les sports de nature
- La pratique des sports de nature de plus en plus importante hors encadrement (non licencié)
- Le déploiement des utilitaires embarqués, de réseaux sociaux et d'opérateurs privés permettant le partage des traces GPX, favorisant la pratique sur des sentiers non conventionnés et non maîtrisés
- La montée en puissance des équipements comme les VTT électriques
- Le développement de nouvelles activités (survol de drones, highline, etc.)
- L'amélioration des équipements et l'accès facilité aux néo pratiquants n'ayant pas toujours les codes en secteur rural et / ou de moyenne montagne.

<sup>11</sup> PPN Montagnes du Caroux et PPN Monts et Lacs en Occitanie

- L'augmentation des sentiers utilisés par les pratiquants réduisant les zones "de quiétude" pour la faune sauvage
- Une pratique d'itinérance en augmentation
- Une difficulté pour maintenir les hébergements à la nuitée, notamment autour des grands itinéraires
- Une demande de plus en plus forte pour la pratique de bivouac
- Un équilibre parfois fragile en termes de cohabitation (pratiquants, exploitants, bergers, chasseurs, habitants, secours, etc.)
- Un dérèglement climatique pouvant modifier les pratiques (augmentation des activités au printemps, activités aquatiques recherchées en période de canicule, ...) et accentuer les pressions sur le milieu naturel (faible débit d'eau l'été, risques incendie, dérangement en période de nidification, etc.)



## L'offre autour du patrimoine naturel & culturel

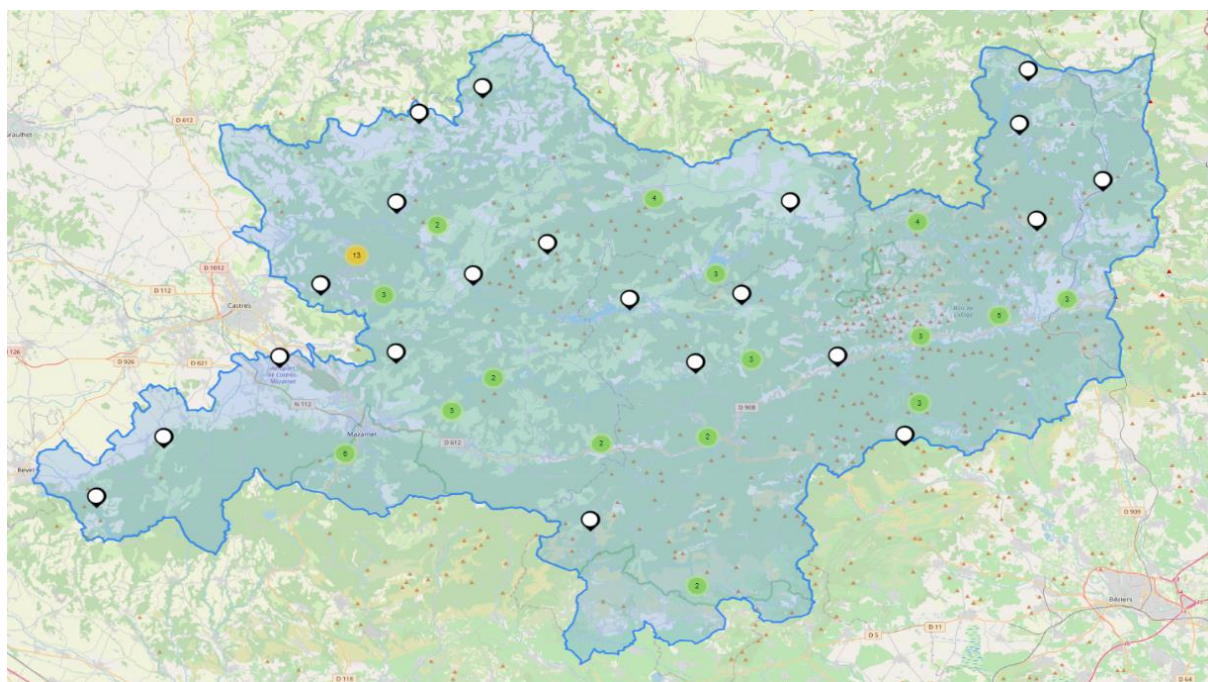
Plusieurs sites remarquables existent sur le territoire et sont reconnus à tous les niveaux : départemental, régional, national et mondial, dont certains inscrits au patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO.

Les patrimoines culturels présents sur le territoire témoignent des différentes vagues d'occupation de l'homme sur le territoire, des grands moments de l'histoire, et des cultures et des savoir-faire développés<sup>12</sup>.

Dans les patrimoines dits naturels valorisés dans les offres touristiques, on retrouve toute la palette de paysages du Parc, ses forêts, ses lacs et cascades, ses massifs et ses rochers ainsi que des sites qui conjuguent richesses naturelles et culturelles et se portent candidat au label Grand Site de France telle que l'Opération Grand Site lancée en 2018 pour la Cité de Minerve, Gorges de la Cesse et du Brian. C'est un site d'environ 14 ha qui, chaque année, accueille plus de 200 000 visiteurs (sur un territoire de 2 600 habitants).

### Les patrimoines naturels sur le territoire classé actuel :

Source : CRTLO, 2024



Pour la partie héraultaise : 37 offres patrimoine naturel et le Géoparc Terres d'Hérault.

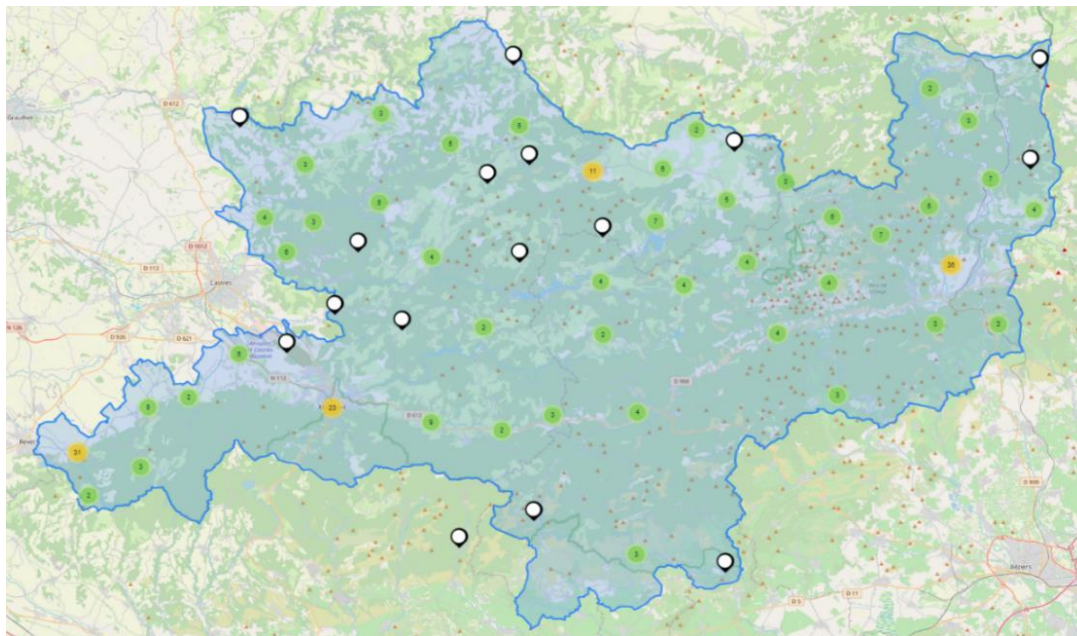
Pour la partie tarnaise : 40 offres de patrimoine naturel

<sup>12</sup> Pour plus de détails, voir le volet du diagnostic dédié au patrimoine culturel du territoire

## Les patrimoines culturels sur le territoire classé actuel :

Source : CRTLO, 2024

Pour la partie héraultaise : 95 offres de patrimoine culturel (châteaux, musées, sites archéologiques, sites religieux, visite d'entreprise, etc.).



Pour la partie tarnaise : 176 offres de patrimoine culturel (sites et monuments historiques, musées, maisons thématiques, ateliers, parcs et jardins, etc.). Il y a notamment- le site classé au patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO : la rigole de la Montagne Noire et la voûte Vauban du canal du Midi aux Cammazes, les tapisseries de Dom Robert à Sorèze (objet classé au patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO au titre du savoir-faire d'Aubusson), les sources du canal du Midi (Grand Site Occitanie), la commune de Lacaze (Petite cité de caractère), etc.

## Voici un aperçu des lieux les plus visités :

Sources : Apidae et Tourinsoft

Cinq sites se détachent dans la partie tarnaise du Parc, avec une fréquentation stable ou en baisse depuis 2019 .

- Zoo des trois vallées - Montredon-Labessonnié : ► 25 000 visiteurs en 2021 (25 000 en 2019)
- Musée Dom Robert (Abbaye école) - Sorèze : ▼ 13 921 visiteurs en 2021 (22 781 en 2019)
- Maisonn de Payrac - Nages : ▼ 9 739 visiteurs en 2021 (14 940 en 2019)
- Pavillon d'Adélaïde - Burlats : ▼ 4 559 visiteurs en 2021 (4 936 en 2019)
- Espace des sources d'eaux chaudes - Lacaune : ▼ 4 200 visiteurs en 2021 (6 346 en 2019)

Pour la partie héraultaise du Parc, six sites se démarquent. Leur fréquentation augmente depuis 2019 ou 2021 :

- La Grotte de la Devèze : ▲ 14 700 visiteurs en 2022 (11 500 visiteurs en 2019)
- Le musée de la spéléologie : ▲ 14 033 visiteurs en 2022 (11 429 en 2019)
- Le Jardin méditerranéen de Roquebrun : ▲ 8 705 visiteurs en 2022 (7 900 visiteurs en 2019)
- La cave de Roquebrun : ▲ 8 050 visiteurs en 2022 (7 500 visiteurs en 2019)
- La cave de Saint-Jean-de-Minervois : 4 500 visiteurs en 2022
- Musée de la cloche et de la sonnaïlle : ▲ 3 808 visiteurs en 2022 (2 479 en 2021)



## L'offre gastronomique

Territoire agricole et viticole, territoire aux influences océanique et méditerranéenne, le Parc offre une large palette de terroirs pour des productions agricoles et des spécialités culinaires variées. Il existe encore sur le Parc des "plats de famille" qui ont été transmis de génération en génération mais aussi une innovation culinaire avec de nouvelles recettes issues de matières premières retrouvées ou de process de transformation adaptés au goût et à la consommation actuelle.

Des producteurs préférant les circuits courts proposent également des prestations de dégustation.

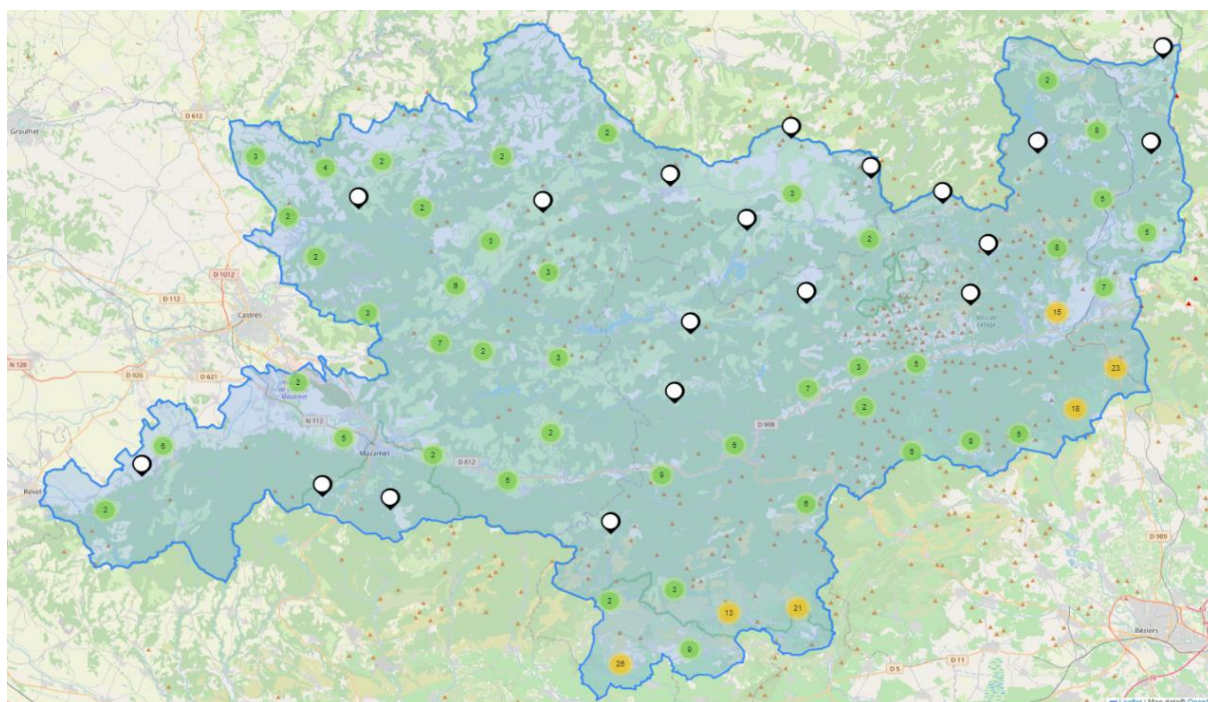
Il existe aussi des restaurateurs qui se sont engagés dans une cuisine de terroir et / ou gastronomique et pour certains à des prix encore accessibles. D'autres proposent une gastronomie haut de gamme. Le Parc compte 3 restaurants étoilés.

Toutefois, toutes ces offres sont encore diffuses, peu structurées et faiblement valorisées à l'échelle du territoire pour capter les clientèles touristiques.

Quant à la valorisation du patrimoine viticole, elle est notamment assurée par le label « Vignoble et découvertes » animé par le Pays Haut-Languedoc et Vignobles. Ce label délivré pour 3 ans par Atout France concerne les terroirs du Minervois, de Saint-Chinian et de Faugères. Il encourage la création de séjours thématiques et du développement d'une offre touristique adaptée avec des prestations qualifiées et de qualité pour les hébergements, la restauration, les visites de cave et dégustation, les musées, les événements, etc.

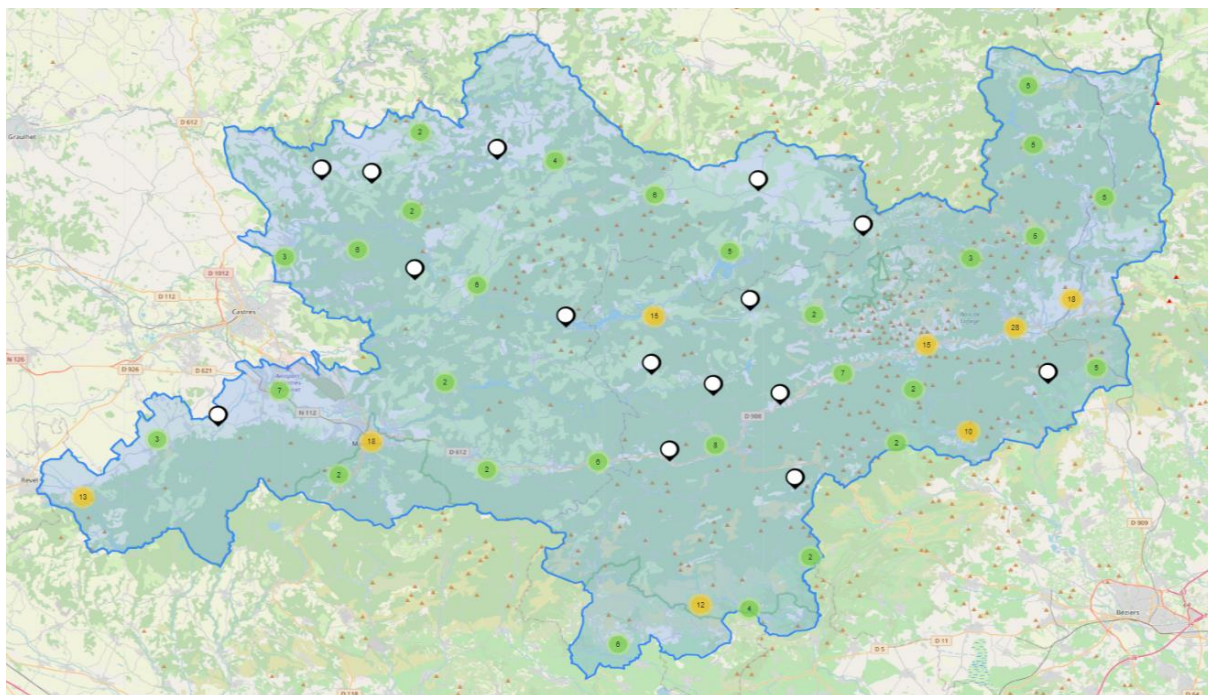
### Les lieux de dégustation sur le territoire classé actuel :

Source : CRTLO, 2024



## Les lieux de restauration sur le territoire classé actuel :

Source : CRTLO, 2024



261 lieux de restauration identifiés dans l'observatoire touristique régional en 2024. On identifie 8 zones de concentration de l'offre dont 3 zones urbaines : Mazamet, Lamalou-les-Bains et Bédarieux, et 5 zones plus rurales et avec une attractivité touristique : Sorèze, Minerve, La Salvetat-sur-Agout, Mons-la-Trivalle/Olargues/Colombières-sur-Orb, Roquebrun.

### Pour la partie héraultaise :

246 offres producteurs et produits du terroir

168 restaurants

### Pour la partie tarnaise :

68 producteurs et 15 producteurs « bio »

1 ferme-auberge

1 brasseur

3 hôtel-restaurant

64 restaurants

6 food-truck

## L'offre autour du thermalisme

Le thermalisme sur le territoire du Parc génère une part importante de l'économie touristique et concentre l'essentiel de l'offre de lits touristiques notamment marchands.

En 2023, Lamalou-les-Bains et Avène ont attiré 12 500 curistes, un chiffre en baisse de 21 % par rapport à 2019. Avène accusant une baisse de 40 % (1 700 curistes en 2023 contre 2 849 en 2019).

## L'accessibilité à tous

### Des structures qui s'adaptent aux personnes en situation de handicap

Le label «Tourisme et Handicap », créé à l'initiative du Ministère chargé du Tourisme, est une certification décernée en France aux établissements et sites touristiques qui répondent aux besoins spécifiques des personnes en situation de handicap. Ce label vise à accompagner et identifier les lieux touristiques, hébergements, restaurants, et autres services accessibles.

Les établissements touristiques labellisés « Tourisme et Handicap » sont évalués sur plusieurs critères liés à l'accessibilité physique, sensorielle, mentale et cognitive. Ils doivent notamment proposer des installations adaptées, des équipements spécifiques et des services adaptés pour assurer un accueil de qualité à tous les visiteurs, quel que soit leur type de handicap.

Ce label permet aux personnes en situation de handicap de choisir des lieux de séjour et de loisirs en toute confiance, en ayant la garantie que leurs besoins seront pris en compte et que les établissements auront les équipements nécessaires pour les accueillir dans les meilleures conditions.

On constate une baisse significative du nombre de sites et structures labellisés « Tourisme et Handicap » entre 2016 et 2022.

Ce phénomène s'explique par le durcissement des cahiers des charges relatifs au label. En effet, en 2016, une structure pouvait être labellisée si elle remplissait les conditions nécessaires à l'accueil d'une "famille de handicap" sur les 4 possibles : auditif, mental, visuel ou moteur.

Par la suite, le label s'est durci notamment en imposant aux structures de remplir les conditions d'accès pour minimum 2 familles sur 4. De fait, plusieurs établissements ont alors perdu leur label.

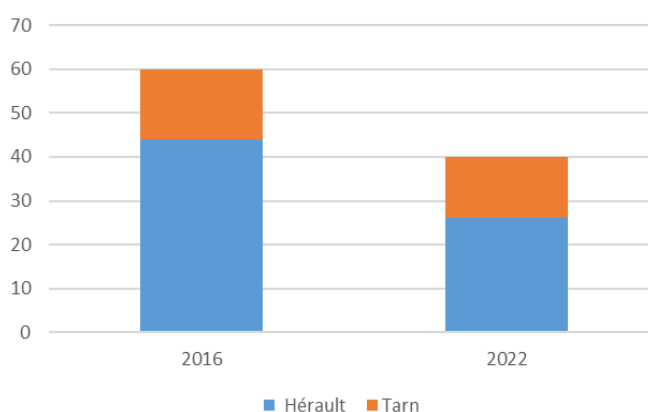
Par ailleurs, les professionnels demandent assez peu, de manière spontanée, cette reconnaissance alors même qu'un certain nombre d'entre eux pourraient y être éligibles. Les raisons à cela peuvent être multiples : concurrence des labels dans le tourisme, coût d'engagement dans le label, crainte d'être catalogué et ne plus attirer la clientèle sans handicap, etc.

Parmi les établissements labellisés, on constate un vivier très important sur la commune de Lamalou-les-Bains, du fait de l'activité de thermalisme et prise en charge de diverses pathologies liées à la motricité.

Afin d'assouplir les critères et faciliter l'identification des structures accessibles, l'Agence de Développement Touristique de l'Hérault a développé une démarche similaire à un label, intitulée « Hérault Accessible ». Aussi, l'offre accessible sur le territoire Héraultais est visible sur l'application « Hérault Mobility ».

**Évolution du nombre de labellisés "Tourisme et Handicap" dans le Parc**

Source : CDT / ADT



## Les actions du Parc en faveur de l'accessibilité à tous

Pour encourager le territoire vers une meilleure accessibilité à tous, le Parc a conduit et testé plusieurs actions, parmi celles-ci :

- Visites d'audit pour le label "Tourisme et Handicap" (hébergeurs, voie verte, sentier des Sagnes, etc.)
- Animations thématiques accessibles à toutes les familles de handicap → aucune inscription spontanée de personnes en situation de handicap
- Une vidéo de présentation du Parc en Langue des Signes → diffusé sur le site Web et les réseaux sociaux
- Animation en Langue des Signes Française → communauté sourde difficile à contacter mais potentiellement intéressée
- Création de supports en relief pour accompagner les animations → une approche ludique appréciée de tous (familles, adultes, etc.)
- Tenue d'un stand sur le salon du handicap à Lyon → une forte attractivité pour la voie verte PassaPaïs
- Étude de l'accessibilité de la voie verte PassaPaïs : une étude terrain complète et technique, des préconisations à destination des élus et la réalisation d'un guide touristique "Voie Verte PassaPaïs pour tous" → une étude utile et des supports touristiques attendus
- Promotion de l'offre adaptée par l'édition d'un guide "Le Haut-Languedoc pour Tous"

Malgré l'absence de données chiffrées concernant l'existence de structures spécialisées sur le territoire, il semblerait que les personnes présentant un handicap mental soient les plus représentées sur le territoire du Parc.

Par ailleurs, étant donné les évolutions démographiques du territoire, l'enjeu d'accessibilité des services aux personnes en situation de handicap est susceptible de prendre de l'ampleur.

## Les clientèles des Parcs d'Occitanie

Une enquête en ligne a été menée en 2021 par le CRTLO pour mieux connaître le profil des clientèles des Parcs d'Occitanie. En voici les résultats :

- Les Parcs sont **une réelle destination 4 saisons** avec des séjours qui se répartissent sur toute l'année avec une prédominance en été
- Les **séjours d'une semaine** sont les plus fréquents (41,3 %), ¼ des répondants viennent plutôt en court séjour notamment pour les clientèles régionales, les plus jeunes et hors période estivale. Les longs séjours sont plutôt en été pour les clientèles éloignées et les plus âgées
- Les courts séjours se font plutôt dans des **hébergements hôteliers**, dans des **hébergements insolites** et **chez des proches**. Alors que pour les séjours de 2 semaines, les **villages vacances**, le **camping-car** et les **campings** sont privilégiés. Les **résidences secondaires** le sont pour des longs séjours
- Les clientèles d'Occitanie viennent plutôt en **famille**
- Le **gîte** est l'hébergement le plus plébiscité
- Ce sont les **Parcs nationaux** qui attirent le plus de visiteurs : PN des Pyrénées et PN des Cévennes. 24 % des personnes interrogées ont séjourné dans le PNR du Haut-Languedoc
- Le PNR du Haut-Languedoc profite d'une **clientèle provenant essentiellement de la région Occitanie** selon les personnes interrogées
- 84,8 % des personnes interrogées savaient que leur lieu de vacances était un Parc naturel. En revanche, ce n'est pas un **élément déclencheur** dans le choix de la destination



- L'attrait pour un **environnement de qualité** (paysages, biodiversité, patrimoine) est important dans le choix. Pour les motivations, c'est bien celle de « **se ressourcer au contact de la nature** » qui arrive en tête. Vivre une expérience originale n'est que peu plébiscitée
- Les intérêts varient selon les âges. Outre l'intérêt commun de profiter des espaces naturels remarquables, de se ressourcer au contact de la nature, de passer du temps en famille et entre amis, **les 25-39 ans** vont vouloir **pratiquer une activité sportive** quand **les 65 ans et plus** vont préférer **partager une culture locale et rencontrer les habitants**
- L'intérêt pour les **activités sportives** concerne plus les clientèles venant d'Occitanie
- Le trio de tête des activités pratiquées : la visite de sites naturels, la randonnée et les visites de sites patrimoniaux
- Les activités et les hébergements proposés par un Parc ne sont pas bien identifiés. En revanche, quand elles le sont, elles sont reconnues pour leur **qualité**
- Les Parcs d'Occitanie sont majoritairement identifiés comme des **espaces de préservation, de naturalité et de ressourcement**
- Les Parcs sont perçus comme des territoires dédiés à la protection de la nature, moins fréquentés mais **sans offre, service se différenciant d'autres territoires**
- Pour les clientèles interrogées, les Parcs d'Occitanie, c'est **la garantie** de paysages exceptionnels, d'une faune et d'une flore riches et un territoire plus respectueux de l'environnement
- Les PNR d'Occitanie n'ont pas une grande **notoriété** en comparaison des parcs nationaux
- Les  $\frac{3}{4}$  des personnes interrogées considèrent que les Parcs sont garants d'une **offre de tourisme plus durable**. En revanche les labels de tourisme durable dont **la marque « Valeurs Parc »** sont peu connus
- Des **retours très positifs** de vacances passées dans un Parc d'Occitanie

## Le profil des pratiquants de sports-nature

---

Le CRTL<sup>13</sup> Occitanie, en partenariat avec les ADT / CDT<sup>14</sup>, les fédérations sportives et les prestataires APN de la région, a réalisé une étude du profil des pratiquants de sport-nature avec une enquête en ligne « Destination Occitanie-CRTL : Qui sont les pratiquants de sports-nature ? », du 9 mars au 11 avril 2021, auprès de 12 066 français. Le résultat de cette enquête, dépassant le périmètre d'étude, est cependant valable pour les pratiquants du territoire, car elle conforte les observations présentées dans les paragraphes suivants et les contextualise par rapport au cadre « PNR HL ».

Bien que les participants (60 % habitant de la région, 20 % sont des visiteurs réguliers) soient pour 40 % de catégorie socio-professionnelle supérieure ou intermédiaire (avec 41 % d'hommes et seulement 6 % de 15-24 ans), les tendances dégagées sont en cohérence avec les observations locales présentées par la suite.

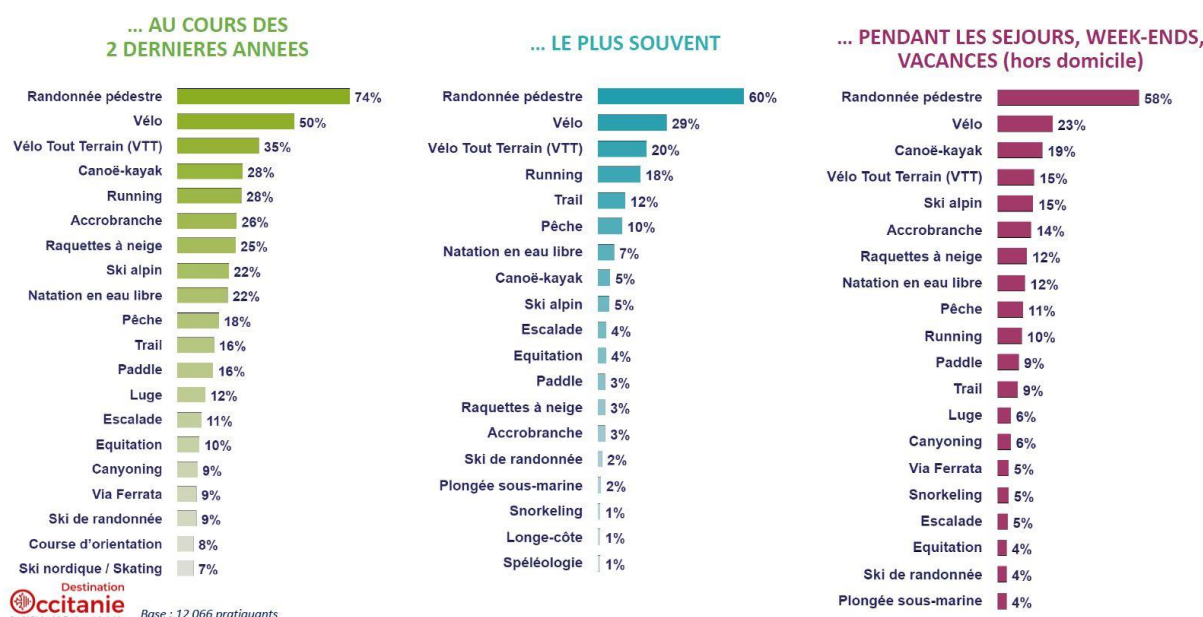
Il ressort que **42 % des interrogés ont un niveau de pratique intermédiaire**, 31 % confirmés et 22 % débutent, les 5 % restants sont experts. Dans 90 % des cas, ils pratiquent plusieurs activités dont la randonnée (au-dessus de 58 % que ce soit de façon hebdomadaire ou en vacances) suivie du vélo (au-dessus de 23 %), du VTT (au-dessus de 15 %) et du trail (au-dessus de 12 %).

---

<sup>13</sup> Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

<sup>14</sup> Agence Départementale du Tourisme et Comité Départemental du Tourisme

## LES SPORTS-NATURE PRATIQUÉS...



Leur motivation première est la reconnexion à la nature (81 %), le bien-être (75 %) et le partage de l'activité en famille ou avec des amis (56 %). Le cadre naturel de la pratique est un critère important dans le choix de la destination de la pratique (72 %), suivi du climat (55 %). La liberté également car plus de 65 % des interrogés le font sans accompagnement, que ce soit sur le littoral régional, en moyenne montagne, en ville ou à la campagne.

L'Occitanie offre un cadre particulier aux activités de pleine nature souvent couplées à des visites de ville (76 %) et sites historiques (63 %) et à la découverte de l'environnement (55 %) lors des séjours, ce qui en fait une destination phare recommandée par 99 % des pratiquants d'APN.

## Une offre typée « Parc » ?

Cette enquête en ligne réalisée en 2021 a permis d'identifier des pistes d'amélioration pour une offre réellement typée « Parc » :

- Faire émerger une offre pour faire des Parcs Naturels d'Occitanie des territoires « premium » en matière de développement durable
- Les Parcs ont su prouver qu'ils étaient de vraies marques de destinations touristiques qui ont construit leur réputation sur la qualité environnementale, la proximité offerte avec la nature, etc. Mais ils n'ont pas encore prouvé qu'ils étaient des destinations dont l'offre touristique **se distinguait des autres** territoires sur des critères de qualité, d'originalité, d'éco-responsabilité
- **Inventer une nouvelle offre** de services autour du triptyque circuits courts / mobilité / hébergement
- Inventer une nouvelle gamme de **produits plus identitaires** de l'image de marque des Parcs



## L'organisation touristique

Le territoire du Parc compte de nombreux partenaires sur le territoire : 11 EPCI<sup>15</sup> et autant d'offices de tourisme intercommunaux (OTI), 2 Pays, 4 PETR<sup>16</sup> et des partenaires en lien avec le territoire (2 départements et autant d'agences de développement touristique, 1 région et 1 comité régional du tourisme) qui tous participent au développement et à la promotion touristique du territoire.

Par ailleurs, le Parc mène également des actions collectives dans le domaine du tourisme au niveau régional et national voire international avec les autres PNR de la région, du Massif Central et au sein de la fédération des parcs.

**Une multitude d'acteurs qui doit être considérée comme un atout pour le territoire mais qui implique la mise en place de synergies clairement définies.**

Pour mémoire, seules trois intercommunalités ont un territoire entièrement ou quasiment intégré à celui du Parc. Cinq intercommunalités ont moins de 40 % de leurs communes sur le territoire du Parc. 4 intercommunalités avec moins de 18 % et 1 intercommunalité avec moins de 8 % de communes.

Cette caractéristique du paysage institutionnel du tourisme sur le territoire du Parc a des incidences sur les capacités de mutualisation et de mise en place de synergie mais n'est pas considéré comme toutes les intercommunalités comme un facteur limitant.

## Les stratégies tourisme des principaux partenaires pour le territoire

Il est à noter que toutes les intercommunalités et les OTI ne disposent pas toutes et tous d'un document cadre pour la mise en place d'une stratégie touristique et d'un programme d'actions.

Toutefois, on note des points de convergence dans les politiques territoriales de ces territoires dans le domaine du tourisme, tant dans l'organisation que de l'offre. C'est à la fois la volonté de mutualiser les ressources, d'agir en réseau, de professionnaliser les équipes, de faire progresser les acteurs et de se recentrer sur les potentiels « naturels » du territoire.

**En outre, on constate le peu de progrès réalisé en matière d'observation à l'échelle du Parc et un progrès nécessaire quant à la qualité des données brutes.**

## Les EPCI et OTI

### Thoré Montagne Noire

**Communauté de communes TMN** (100 % des communes sur le périmètre d'étude) : la stratégie tourisme de la communauté de communes Thoré Montagne Noire est en cours de finalisation pour la période 2024-2026. Sa mise en œuvre sera confiée à l'office de tourisme intercommunal Thoré Montagne Noire.

**Office de tourisme intercommunautaire Thoré Montagne Noire** : la stratégie est en cours de rédaction.

---

<sup>15</sup> Établissement Public de Coopération Intercommunale

<sup>16</sup> Pôle d'Équilibre Territorial et Rural

## Monts de Lacaune et de la montagne du Haut-Languedoc

**Communauté de communes MLMHL** (100 % des communes sur le périmètre d'étude) : la stratégie tourisme de la communauté de communes des monts de Lacaune et de la montagne du Haut-Languedoc n'est pas encore disponible. Sa mise en œuvre sera confiée à l'office de tourisme intercommunal Monts et Lacs en Haut-Languedoc.

Pour le développement des activités de pleine nature, la communauté de communes pilote un pôle de pleine nature « Monts et Lacs en Occitanie » 2023-2028.

**Office de tourisme intercommunal Monts et Lacs en Haut-Languedoc** : l'élaboration de la stratégie tourisme est en projet au sein de l'office de tourisme.

## Grand Orb

Source : <https://www.tourisme.grandorb.fr>, vu le 27/03/2024

**Communauté de communes GO** (96 % des communes sur le périmètre d'étude) : en 2021, la communauté de communes Grand Orb a souhaité actualiser son projet de territoire et s'est dotée d'une feuille de route 2021-2026.

L'activité touristique est intégrée dans un axe global de développement économique : « Axe 1 : Soutenir l'emploi et l'activité économique, touristique et thermique » avec pour ambition de « Renforcer le potentiel touristique et thermique » et comme projet prioritaire l'élaboration d'un « Plan de développement et d'aménagement touristique et loisirs ». Dans ce plan, le thermalisme, les activités de pleine nature, l'œnotourisme sont mis en avant ainsi que le besoin de mettre à profit la proximité de sites proches et reconnus comme le Caroux et le Salagou.

De plus, la communauté de communes est partie prenante du pôle de pleine nature « Montagnes du Caroux ».

**Office de Tourisme intercommunal Grand Orb Tourisme** : dans son plan d'actions 2021-2023, l'office de tourisme affiche son positionnement de destination de tourisme durable et responsable en développant notamment quatre thématiques identitaires comme le thermalisme, les sports et activités de pleine nature, le patrimoine et l'œnotourisme et la gastronomie.

Il souligne également le besoin de la préservation des espaces naturels et la montée en gamme de l'offre touristique. Trois axes sont identifiés :

- Développer une politique touristique qualitative en tissant des partenariats forts avec les acteurs touristiques du territoire : opérateurs thermaux, prestataires de loisirs, hébergeurs, restaurateurs, producteurs, etc.
- Développer une stratégie globale de marketing territorial, de promotion et de communication envers les socio professionnels et l'ensemble des clientèles
- Structurer une économie touristique en développant les quatre thématiques identitaires de Grand Orb

## Du Minervois au Caroux

Source : [https://www.cc-minervois-caroux.fr/tourisme\\_apn](https://www.cc-minervois-caroux.fr/tourisme_apn), vu le 22/02/2024

**Communauté de communes MC** (89 % des communes sur le périmètre d'étude) : au sein de la communauté de communes, le service Tourisme et APN a en charge plusieurs actions.

Par exemple :

- Les activités de pleine nature, la création, la gestion et l'entretien des itinéraires de randonnée pédestre et itinéraires cyclables

- La taxe de séjour (gestion du dispositif en amont, collecte de la taxe)
- L'aménagement et restauration, entretien et gestion d'équipements touristiques d'intérêt communautaire
- L'élaboration, mise en œuvre et suivi de la stratégie globale de développement touristique
- Le suivi des programmes touristiques et patrimoniaux des partenaires (Département, Pays, Région, PNR, Natura 2000, autres collectivités partenaires)

La communauté de communes est également engagée dans des démarches territoriales comme :

- Le Grand Site de France® « Cité de Minerve, gorges de la Cesse et du Brian », le Pôle de Pleine Nature « Montagnes du Caroux® »
- La destination Vignobles et découvertes « Minervois, Saint-Chinian, Faugères »
- Le Pays d'Art et d'Histoire du Pays Haut-Languedoc Vignobles

Les missions d'Accueil, Information / Promotion, Animation du réseau des prestataires ont été déléguées par convention à l'Office de Tourisme Communautaire du Minervois au Caroux en Haut-Languedoc.

**Office de tourisme intercommunal MC :** sa feuille de route couvre la période 2022-2026. Elle comporte 6 thématiques identifiées.

- Les activités de pleine nature avec notamment la prise en compte des enjeux environnementaux et les activités de randonnée pédestre, trail, cyclo et escalade, et son implication dans le pôle de pleine nature « Montagne du Caroux »
- L'œnotourisme
- Associer randonnée et culture
- Promotion de l'offre
- Animation du réseau des professionnels
- Démarche qualité de l'OT

## Sidobre Vals et Plateaux

**Communauté de communes SVP** (81 % des communes sur le périmètre d'étude) : dans la stratégie de développement 2021-2024, la communauté de communes place le tourisme comme un des leviers de l'attractivité du territoire et donc de développement économique. La mise en œuvre d'équipements touristiques autour de la valorisation du patrimoine culturel et naturel, de l'accessibilité et des mobilités douces est clairement affichée.

A charge pour l'office de tourisme intercommunal d'assurer la promotion du territoire et de mener des actions communes avec la destination Hautes Terres d'Oc.

**Office de tourisme intercommunal SVP :** l'office de tourisme met en œuvre la stratégie tourisme de la communauté de communes.

## Castres-Mazamet

**Communauté d'agglomération CM** (71 % des communes sur le périmètre d'étude - une ville porte : Castres). Pour la Communauté d'agglomération de Castres-Mazamet, le tourisme est intégré dans ses compétences de développement économique avec une priorité sur la création d'offices de tourisme.  
Source : <https://www.castres-mazamet.fr/intercommunalite/competences>, vu le 22/03/2024.

**Office de tourisme intercommunal CM :** dans son positionnement stratégique, l'office de tourisme intercommunal de Castres-Mazamet a choisi de mettre en avant les sports de pleine nature (N.B. il n'est pas précisé s'ils sont motorisés ou non), le tourisme vert et le patrimoine culturel.

## Sor et Agout

**Communauté de communes SA** (15 % des communes sur le périmètre d'étude) : c'est l'office de tourisme qui porte la stratégie tourisme de la communauté de communes.

**Office de tourisme Terres d'Autan-Montagne Noire** : l'office de tourisme s'est doté d'un plan d'actions pour la période 2021-2026. Il comporte 8 enjeux stratégiques :

- Développer la fréquentation touristique
- Positionner la Communauté de Communes comme point central dynamique entre Toulouse, Castres, Albi, Carcassonne pour : un territoire « lien » avec l'arrivée de l'autoroute
- Profiter de la situation géographique de notre territoire pour développer notre visibilité
- Être garant des informations touristiques diffusées et occuper un rôle central sur le Tourisme
- Être acteur de la préservation de l'environnement en intégrant des valeurs de développement durable dans les actions
- Veiller à la complémentarité entre les habitants et les touristes
- Jouer un rôle d'effet de levier de croissance économique et de bien être
- Valoriser notre patrimoine et notre nature

## Centre Tarn

**Communauté de communes CT** (13 % des communes sur le périmètre d'étude) : aucun document fixant les grandes lignes de la stratégie touristique n'est disponible.

**Office de tourisme CT** : la stratégie tourisme est en cours d'élaboration.

## Aux Sources du canal du midi

**Communauté de communes ASCM** (18 % des communes sur le périmètre d'étude - Avec une ville porte : Revel) : le projet de territoire 2020-2026 définit le tourisme comme axe stratégique pour accroître l'attractivité du territoire. La promotion, la mise en valeur des patrimoine et l'ambition d'offrir une offre désaisonnalisée sont identifiées comme des actions prioritaires.

# Les Départements

---

## Tarn Tourisme

Source : <https://www.tourisme-tarn.com>, vu le 27/03/2024

Tarn Tourisme met en œuvre la politique de promotion touristique du Département : attractivité du territoire, professionnalisation des acteurs, accueil des visiteurs, actions collectives avec les territoires et observatoire

Tarn Tourisme a pour mission d'élaborer et de mettre en place la stratégie touristique du département du Tarn. Organe de promotion et de communication du conseil départemental, il travaille au développement de l'attractivité du territoire.

Il agit en partenariat avec les responsables privés et institutionnels du tourisme du Tarn autour de trois axes principaux :

- Développer : intervention auprès des professionnels, des collectivités locales et des investisseurs pour lancer et accompagner les projets touristiques
- Promouvoir : à travers des salons, des éditions de guides et brochures et des campagnes grand public. Mise en place d'actions ciblées à l'égard des médias grand public et professionnels, prospection et accueil de journalistes
- Commercialiser : Tarn Réservation Tourisme assure la commercialisation de séjours pour les individuels comme pour les groupes

## L'Hérault

Pour son édition 2022-2028, le Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs (SDDTL) affiche clairement son orientation tourisme durable et responsable à commencer par son intitulé : « *Schéma départemental pour un tourisme durable & responsable* », son ambition : « *Un territoire pilote du tourisme responsable et durable* » et une stratégie pour une « *transition de l'économie touristique* ».

Cette orientation se décline selon un plan d'action en 4 axes :

- S'adapter aux évolutions climatiques et aux enjeux environnementaux
- Décarboner les mobilités touristiques et organiser les flux
- Renforcer nos filières concurrentielles et partager un marketing responsable
- Adapter la gouvernance aux nouveaux défis

## Hérault Tourisme

Source : <https://www.herault.fr>, vu le 27/03/2024

Au service du Conseil Départemental, Hérault Tourisme a pour vocation de contribuer au développement et au dynamisme du tourisme départemental.

Il valorise les 4 grands atouts du tourisme en Hérault : L'Énotourisme, les grands sites, les loisirs de pleine nature, et le rayonnement culturel. Il soutient et accompagne les professionnels, les offices de tourisme, les porteurs de projet, dans une démarche marketing globale et cohérente afin d'accroître les parts de marché de la destination.

Deux grands défis structurent son action : la mutation numérique et le tourisme durable.



## Hérault Sport

Source : <https://sport.herault.fr>

Hérault Sport « Office Départemental des Sports de l'Hérault », est une Association loi 1901, affiliée à la Fédération Nationale des Offices Municipaux des Sports (FNOMS).

Partenaire des Comités départementaux, associations, clubs, services de l'état, écoles, collèges, lycées, facultés, communes et groupements inter-communaux, Hérault Sport co-produit un plus de 1000 manifestations sportives chaque année sur le territoire héraultais. Hérault Sport intervient aussi régulièrement en appui technique aux différentes missions des partenaires (OT, Parc, EPCI...).

Hérault Sport agit en véritable vecteur de lien social, en proposant aussi différents dispositifs de découverte et de développement des activités physiques et sportives pour tous.

## Le Pays Haut-Languedoc et Vignobles

Le Pays Haut-Languedoc et Vignobles anime le pôle de pleine nature « Montagnes du Caroux », en partenariat étroit avec les 2 communautés de communes Grand Orb et Minervois Caroux.

Il anime également le projet de Destination Vignobles & Découvertes Minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut-Languedoc.

**Candidature « Destination Vignobles & Découvertes » du Pays Haut-Languedoc et Vignobles, 2022-2025 (extrait) :**



## PLAN D' ACTIONS 2022-2025 *Grandes orientations*



## La région Occitanie et le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie

Deuxième secteur de l'économie régionale d'Occitanie, l'industrie touristique représente l'un des principaux moteurs du développement territorial et de l'emploi avec, habituellement, 30 millions de touristes par an et 15,9 milliards d'euros de retombées économiques. Cependant, le tourisme porte en lui-même des contreparties importantes en matière de durabilité : émissions de gaz à effet de serre, sur-fréquentation saisonnière, pressions sur les ressources naturelles, production de déchets, etc. Dès 2017, la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée a adopté comme axes prioritaires dans la définition de son projet de politique touristique, l'innovation et la qualité dans une approche de tourisme durable. Ce domaine d'action prend en compte de façon transversale les enjeux économiques, environnementaux et sociétaux, et touche autant les questions de mobilité, que d'accessibilité, de biodiversité, de préservation des ressources, d'économie locale, etc.

**De plus, la crise sanitaire de 2020 confirme l'importance de redessiner le tourisme de demain en s'attachant à la maîtrise de son impact sur les territoires dans une approche responsable sur un plan écologique, économiquement viable et socialement équitable.**

Face à la médiatisation et à la prise de conscience des populations, de nouvelles tendances de consommation touristique et d'attentes des publics se confirment. La recherche d'un équilibre entre cadre de vie et cadre de vacances, entre les bénéfices perçus par les habitants et l'intérêt des visiteurs, devient un enjeu des stratégies touristiques territoriales. Pour assurer la relance de l'économie et la justice sociale, comme pour répondre au défi climatique, la Région a bâti un « Green New Deal ». Ce plan de transformation et de développement, construit avec les citoyens a été adopté par la Région le 19 novembre 2020. Il s'agit de trouver un meilleur équilibre entre le rural et l'urbain, une fréquentation touristique mieux répartie et compatible avec les équilibres humains et environnementaux, favorisant les équipements respectueux des territoires et des paysages. Parallèlement à ces contrats, des outils tels que le « Pass Evasio », la « Carte jeune », la carte « Occy'gène », le « Pass musée », la « Box découverte », l'expérimentation d'hébergements innovants et écoresponsables seront mis au service de cette politique touristique visant à faire découvrir et aimer nos territoires, notre Méditerranée et nos montagnes, à respecter et préserver leur richesse naturelle.

Les mesures de transformation ont pour enjeux de :

- Permettre au plus grand nombre d'accéder au tourisme et aux loisirs ouverts à la découverte des patrimoines naturel et culturel en Occitanie
- Faciliter les mobilités par des tarifs et services préférentiels pour les déplacements des touristes
- Conforter une offre touristique centrée sur le bien-être et le bien vivre des salariés, et des clientèles
- Développer un tourisme inclusif et raisonné auprès des habitants, des salariés, des entreprises
- Créer un centre de ressources numériques sur le tourisme durable et responsable plus particulièrement à destination des partenaires professionnels
- Mettre en place des programmes de formation au tourisme durable et responsable pour les filières et les territoires et inciter au déploiement de postes d'animateurs du tourisme responsable
- Favoriser la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences dans les entreprises touristiques
- Développer des partenariats internationaux et transfrontaliers afin de favoriser les échanges de connaissance, d'expériences, de bonnes pratiques et entre les hommes
- Encourager les nouvelles offres touristiques qui décroissent les espaces et les pratiques
- Sensibiliser aux bonnes pratiques respectueuses de la nature et d'une consommation responsable
- Intégrer les enjeux liés à l'espace maritime et son environnement particulier

Le développement d'un tourisme durable s'inscrit aussi en cohérence avec la Stratégie régionale pour la Biodiversité (SrB), adoptée le 5 mars 2020 par la Région, à travers son défi n°3 visant à construire un modèle de développement sans pollution et à faibles impacts sur la biodiversité. En ce sens, les dynamiques portées par les parcs naturels – via les actions et outils d'animation, de mise en réseau, d'accompagnement et de communication qu'ils proposent – sont des exemples de démarches concertées visant à garantir des activités touristiques respectant la biodiversité et l'intégrité fonctionnelle des écosystèmes.

Dans son Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2022-2028, la région Occitanie souhaite accompagner le secteur du tourisme « *vers un modèle conciliant la valorisation des sites, du patrimoine, des produits d'Occitanie, de la « convivencia » avec les enjeux écologiques* ».

4 priorités ont ainsi été identifiées :

- Accompagner la transition écologique, sociale et numérique des entreprises et des territoires touristiques pour s'émanciper des dynamiques de surfréquentation touristique
- Expérimenter de nouvelles dynamiques économiques locales en lien avec les habitants
- Accélérer l'attractivité des territoires, des produits et des destinations sans produire d'externalités négatives sociales ou environnementales
- Faire ensemble et conforter une gouvernance efficiente

En Occitanie, le réseau des parcs naturels représente près d'1/3 du territoire régional et continue à évoluer avec plusieurs projets de parcs naturels régionaux en cours de construction. Dans le domaine du tourisme, les 2 parcs nationaux, le Parc naturel marin, et les 8 parcs naturels régionaux existants, comprennent un ensemble de destinations majeures au sein des 3 univers de consommation que sont la campagne, la montagne et le littoral de la région. Garants d'une excellence environnementale, leurs missions et compétences en font des forces vives du développement d'une offre de tourisme de nature, écotouristique, et d'activités de pleine nature, qui doit répondre à cette attente de renouvellement et

ouvre des perspectives de développement d'activité pour les entreprises de leurs territoires. Par ailleurs, les Parcs travaillent depuis de longues années sur la conciliation et l'équilibre des usages sur leur territoire, préservant ainsi le cadre de vie des habitants.

En 2021, une convention de partenariat entre la Région, les Parcs d'Occitanie et le CRTLO a été signée. Elle a pour objectifs :

- La mise en évidence et la valorisation des Parcs naturels en tant que territoires pilotes en Occitanie pour le développement qualitatif du tourisme de nature et du tourisme durable, capables de renforcer la reconnaissance de la destination Occitanie
- La création et la mobilisation d'un réseau régional d'acteurs engagés pour le développement d'un tourisme porteur de valeurs et de sens. Le développement à l'échelle régionale d'une offre éco-touristique et de loisirs d'excellence
- La valorisation de l'offre régionale qualifiée en matière de communication et de promotion
- La mobilisation et la sensibilisation du grand public

Des domaines de coopération ont été identifiés :

- L'intégration des parcs naturels à l'écosystème touristique régional et à la gouvernance opérationnelle du CRTLO en complémentarité des autres OGD (Organismes de Gestion de Destination) impliqués dans la valorisation touristique du territoire d'Occitanie
- La mise en commun de moyens pour la connaissance des offres et des attentes des clientèles
- L'engagement et l'accompagnement de territoires pilotes pour l'innovation et le développement d'offres écotouristiques en lien avec l'identité régionale et ses valeurs
- La progression du déploiement des marques et démarches de qualification des offres et des destinations aux échelles régionale et nationale
- Une association réciproque aux temps forts organisés par les différentes parties autour d'enjeux partagés
- La recherche permanente d'un équilibre entre le cadre de vie et le cadre de vacances (harmonisation du vivre ensemble entre l'habitant et le visiteur)
- La promotion de l'offre constituée et la facilitation de la mise sur le marché des offres touristiques des territoires et prestations afférentes

Cette première convention 2021-2023 a permis de travailler sur le design des offres dans les Parcs, sur des campagnes de promotion et sur la réalisation d'un carnet d'inspiration.



# L'implication du Parc dans le développement du tourisme

Le Code de l'Environnement définit les parcs naturels régionaux au travers cinq missions (dans son article R333-1) :

1. La protection et la gestion du patrimoine naturel, culturel et paysager
2. L'aménagement du territoire
3. Le développement économique et social
4. L'accueil, l'éducation et l'information
5. L'expérimentation, l'innovation

Ces missions permettent également de définir l'action des PNR dans le domaine du tourisme. Intégré dès la création des premiers PNR, le tourisme a toujours été envisagé au prisme de ces 5 missions. Une spécificité qui aujourd'hui se définit grâce à la notion de tourisme durable. C'est-à-dire un tourisme qui contribue au développement économique d'un territoire d'exception en privilégiant et participant à la valorisation et à la préservation des patrimoines naturels et culturels grâce à des femmes et des hommes engagés dans ces valeurs.

Par ailleurs, les Parcs ont à leur disposition la marque Valeurs Parc®. Elle leur permet d'identifier des professionnels engagés dans les mêmes valeurs, de leur apporter une reconnaissance de leurs pratiques, et de disposer sur le territoire de personnes capables de sensibiliser les clientèles.

C'est dans ce cadre que le PNR du Haut-Languedoc développe son action en matière de développement touristique en veillant à l'émergence d'une offre de tourisme durable pertinente et cohérente, en encourageant des pratiques respectueuses notamment dans le domaine des activités de pleine nature et en accompagnant les professionnels.

Le Parc travaille avec ses partenaires à l'échelle du territoire pour veiller à un développement durable, pour assurer une cohérence et une continuité à l'échelle du territoire, pour animer et fédérer les acteurs, pour les sensibiliser, pour apporter son expertise, pour faire bénéficier les acteurs, les partenaires et le territoire d'actions régionales, nationales et internationales grâce au label Parc.

Le développement d'un tourisme durable typé « Parc » est une action collective portée par tous les acteurs du territoire. C'est la raison pour laquelle l'équipe du Parc participe et anime de nombreux groupes de travail à l'échelle locale, départementale, régionale ou nationale et de la même façon relaie sur le territoire des actions et des démarches.

# Les engagements des deux précédentes chartes du Parc

Dans la charte de 1999-2011 :

## **AXE N°2 : L'EXCELLENCE ENVIRONNEMENTALE MOTEUR DU PROJET ECONOMIQUE POUR L'EMPLOI.....**

<b>3 - POUR UN TOURISME DE PARC NATUREL REGIONAL .....</b>	
3.1 - <i>Un projet et une démarche touristiques identifiés pour le Haut-Languedoc .....</i>	
3.1.1 - Mettre en oeuvre un développement touristique durable .....	
3.1.2 - Agir dans la cohérence .....	
3.2 - <i>Conforter le Haut-Languedoc comme destination touristique .....</i>	
3.2.1 - Encourager les initiatives en faveur d'un hébergement touristique qualifié .....	
3.2.2 - Organiser la promotion touristique du Haut-Languedoc .....	
3.2.3 - Conforter et qualifier les projets d'équipements touristiques .....	
3.3 - <i>Fédérer les acteurs touristiques du territoire .....</i>	
3.3.1 - Favoriser l'organisation touristique des prestataires .....	
3.3.2 - Structurer l'accueil et l'information touristique .....	
<b>5 - LA MARQUE « PARC NATUREL REGIONAL DU HAUT-LANGUEDOC » AU SERVICE DU PROJET ECONOMIQUE POUR L'EMPLOI.....</b>	
5.1 - <i>Cadre et objectifs pour la mise en œuvre de la marque .....</i>	

Dans la charte 2011-2023 :

<b>Axe 3</b>	<b>Impulser une nouvelle dynamique économique, sociale et culturelle en Haut-Languedoc .....</b>
	<b>Objectif stratégique 3.1</b>
	<b>Exploiter durablement les ressources naturelles du Haut-Languedoc .....</b>
	Mesure 3.1.1 : Pour une gestion durable des forêts du Haut-Languedoc .....
	Mesure 3.1.2 : Développer durablement l'agriculture et la viticulture du Haut-Languedoc .....
	Mesure 3.1.3 : Pour une exploitation durable du sous-sol (carrières et gravières) .....
	<b>Engagements des Régions, des Départements, de l'Etat .....</b>
	<b>Objectif stratégique 3.2</b>
	<b>Développer de nouvelles activités économiques et l'accueil sur le territoire .....</b>
	Mesure 3.2.1 : Encourager un repositionnement des filières, artisanales et industrielles traditionnelles sur de nouveaux créneaux par l'innovation, la création et l'expérimentation .....
	Mesure 3.2.2 : Accueillir les nouveaux actifs et développer l'économie sociale et solidaire .....
	Mesure 3.2.3 : Doter le Haut-Languedoc d'une stratégie territoriale de développement touristique .....
	Mesure 3.2.4 : Développer la Marque Parc pour valoriser et promouvoir l'accueil, les produits et savoir-faire du Parc naturel régional du Haut-Languedoc .....
	<b>Engagements des Régions, des Départements, de l'Etat .....</b>

Dans la Feuille de route tourisme 2023-2028 :

- Axe 1 : Fédérer et accompagner les parties prenantes sur la nécessité d'adapter le tourisme aux nouveaux enjeux de transition
- Axe 2 : Pousser plus loin le tourisme durable pour répondre aux défis climatiques et de maintien du patrimoine naturel du Parc
- Axe 3 : Prendre l'itinérance comme support touristique et d'équilibre territorial
- Axe 4 : Porter haut la marque Valeurs Parc et la destination du PNR Haut Languedoc pour affirmer notre engagement dans un tourisme durable

## Des offres avec une plus-value Parc

---

La plus-value apportée par le PNR du Haut-Languedoc dans le domaine du tourisme est fondée sur son label PNR, son territoire affranchi de certaines frontières administratives, ses missions et ses outils.

Cette plus-value est notable dans certains projets développés sur le territoire du Parc et au-delà. C'est notamment le cas dans l'itinérance, le vélotourisme et le tourisme naturaliste et ornithologique.

### Les itinérances

#### Le projet de traversée des Parcs du Massif central

Cette nouvelle itinérance traversant 4 Parcs du Massif central, coordonnée par l'IPAMAC, propose la découverte des Parcs par l'intime. Elle répond à **une nouvelle approche dans le développement d'une itinérance** à travers les ambitions suivantes :

- La rencontres des personnalités engagés dans les Valeurs Parc en privilégiant les **étapes chez les hébergeurs marqués**, ainsi qu'en favorisant la rencontre avec les producteurs et les sites de visites Valeurs Parc
- Proposer une itinérance s'appuyant **uniquement sur des itinéraires existants** (pas de création)
- Toucher une nouvelle clientèle : urbaines et néo pratiquantes
- Traversée les secteurs géographiques plus intimistes du Parc
- Offrir les clés de découverte des patrimoines (culturels, historiques et naturels)
- Permettre une découverte via des micro séjours (3-4 jours) **zéro carbone**

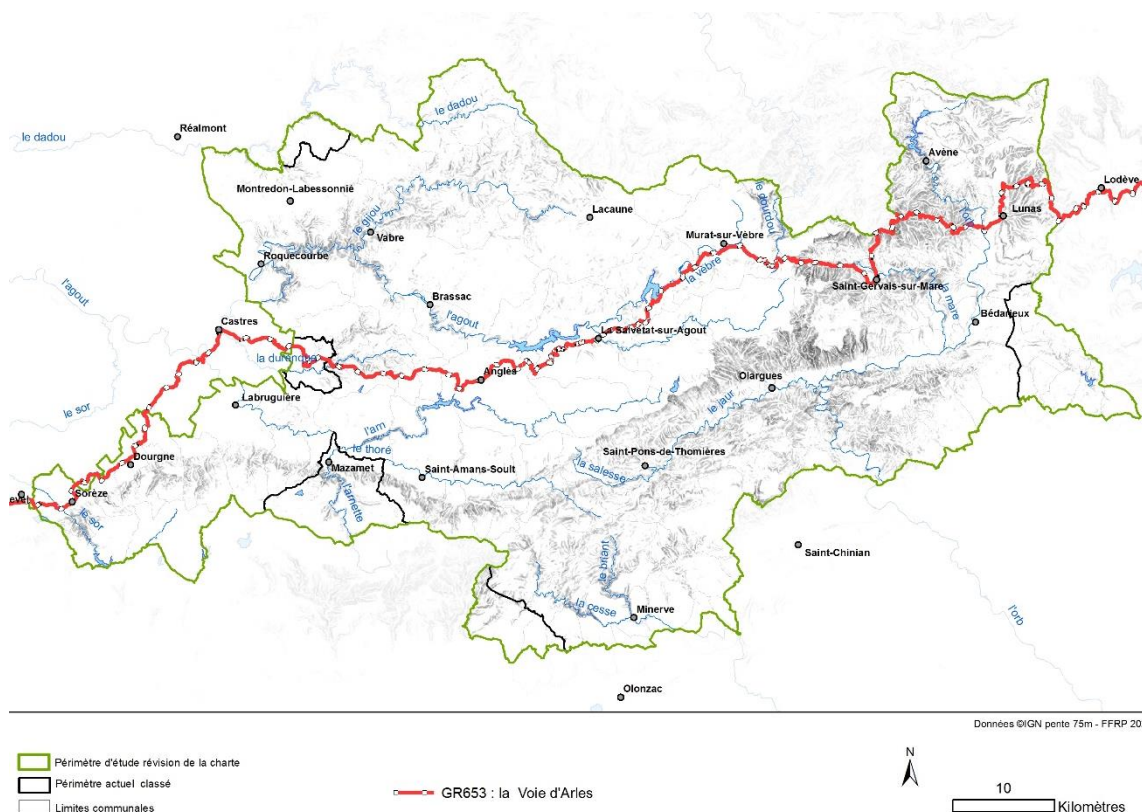
#### Le GR®7

Le projet de redynamisation du GR®7 a fait l'objet d'un travail partenarial avec Ipamac, les 4 PNR traversés et la Fédération Française de Randonnée. Dans ce cadre, plusieurs actions ont pu être menées et notamment l'**expérimentation des Parcs via le développement de séjours Trail** en itinérance autour du GR®7.

## La Voie d'Arles

La Voie d'Arles (GR®653) constitue une des 5 voies vers St Jacques de Compostelle. Elle traverse le Parc du Haut-Languedoc sur plus de 160 km. Cette voie historique souffre d'un manque de notoriété, poussant les partenaires à se mobiliser et se fédérer autour d'un programme commun. Le Parc, impliqué dans le comité d'itinéraire piloté par l'Agence des Chemins de St Jacques, soutient des actions contribuant à sa mise en tourisme et son animation : accueil d'artiste-pèlerin sur les étapes, accueil de blogueurs valorisant une **itinérance décarbonée**, publications sur les réseaux sociaux, etc.

**Tracé de la Voie d'Arles, le chemin de Saint-Jacques de Compostelle sur le territoire :**



## Le vélotourisme, PassaPaïs© et La Véloccitanie©

Le vélo, nous l'avons noté précédemment, est une activité très développée sur le territoire du Parc et très ancrée. Dans les années 2000, un nouveau type d'itinéraire s'est développé sur le territoire avec la création d'une voie verte sur le tracé de l'ancienne voie de chemin de fer entre Mazamet et Bédarieux. Un projet né de la volonté commune des deux départements et qui en ont confié la coordination et l'animation au Parc puisque seule structure à couvrir l'ensemble de l'itinéraire.

## PassaPaís©, une belle réussite de voie verte

En 2009, cette première voie verte du Haut-Languedoc fut baptisée PassaPaïs©<sup>17</sup>. En 2010, une charte graphique avec logo et design de la signalétique a été validée avec la même année un dépôt à l'INPI pour le nom et le logo. L'installation de la signalétique sur la voie a été assurée par les 2 départements. En 2013, l'itinéraire fut inauguré.

Pendant cette phase d'aménagement, le Parc a organisé des comités techniques où étaient présents les départements ainsi que toutes les communes et les offices de tourisme concernés par le tracé. Ces temps de travail ont permis à tous les partenaires d'être informés des avancées du projet, de faire

<sup>17</sup> Nom proposé par Gérard Bastide, ancien Vice-Président du Parc en charge du vélotourisme.



remonter les besoins et les préoccupations des riverains et des professionnels, de s'approprier le projet, de mutualiser et de s'accorder sur les pratiques et les actions de communication.

Par ailleurs, le Parc a œuvré pour imposer cet itinéraire dans les stratégies régionales et nationale et a permis que PassaPaïs soit inscrite au schéma national des véloroutes et voies vertes dès 2012.

En 2016, grâce à un programme Feder Massif-Central déposé par le Parc, PassaPaïs a pu bénéficier d'un budget de 355 000 euros consacrés à des actions de promotion, de valorisation, de signalétique, d'étude de fréquentation, accompagnement du réseau des professionnels.

Ce programme a été piloté par le Parc et financé par la région Occitanie, les départements du Tarn et de l'Hérault, le Feder et le Parc (à hauteur de 138 000€).

Dans l'étude de fréquentation réalisée sur la période juillet 2018-mai 2029, on relève :

- 216 000 usagers
- 3,3 M de km parcourus
- 156 000 sorties à pied et 60 000 à vélo

Le niveau de satisfaction est élevé sur plusieurs fondamentaux de l'itinéraire :

- 92 % de satisfaction sur la qualité paysagère de PassaPaïs
- 80 % sur le patrimoine culturel
- Autour de 90 % de satisfaction sur la plupart des critères techniques : sécurité, cohabitation entre usager, entretien, signalisation, avec une note un peu plus faible mais toujours bonne (38 % de très satisfaits et 42 % de satisfaits exprimés) sur la qualité de revêtement
- Des notations moyennes sur les fondamentaux de l'offre touristique (hébergement, loisirs, restauration, commerces) avec 60 à 70 % de satisfaction, qui pourraient être améliorés notamment sur les cafés et restaurants et les hébergements. Attention cependant, le manque de cafés et restaurants est la seconde insatisfaction en volume (si l'on enlève les non concernés des autres items)

Les 216 000 journées de vélo et de marche sur PassaPaïs ont généré :

- 4,5 M € de dépenses des cyclistes et piétons les jours de pratique du vélo et de la marche sur PassaPaïs et sur les itinéraires autour
- Dont 3,7 M € de dépenses sur le seul itinéraire et sur les seuls jours de pratique du vélo ou de la marche

On retiendra la conclusion de cette étude formulée par le bureau d'étude INDDIGO : « *PassaPaïs est une voie verte qui fonctionne bien* ».

### **La Véloccitanie©, une nouvelle offre de vélotourisme en itinérance**

En 2020, le Parc dépose un second dossier pour le développement de l'itinérance via le Feder « Massif Central ». L'objectif est cette fois-ci plus ambitieux en termes d'itinéraire avec l'ambition de transférer l'expérience acquise sur PassaPaïs à 2 autres itinéraires : la V84 et la V84-1 et de créer une offre plus orientée itinérance en créant des connexions avec d'autres véloroutes et Eurovélo.

Le projet regroupe 8 axes :

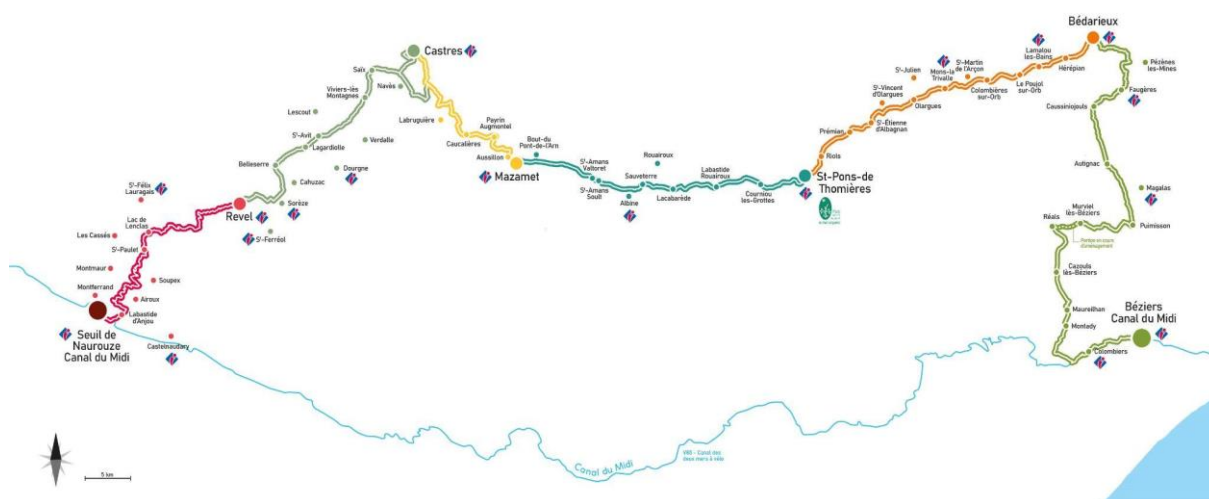
- Axe 1 : Aménager la V84 et la V84-1
- Axe 2 : Développer et qualifier les services
- Axe 3 : Développer des produits touristiques
- Axe 4 : Connaître la fréquentation
- Axe 5 : Promouvoir et développer la notoriété
- Axe 6 : Mise en réseau des professionnels
- Axe 7 : Valorisation culturelle de l'itinéraire
- Axe 8 : Coordination et animation avec le financement d'un poste à temps plein sur la durée du programme.

Le budget est similaire au précédent programme avec un montant de 372 000 € abondé par les mêmes financeurs et une participation du Parc à hauteur de 97 000 €.

Outre la gestion administrative du projet, le Parc a assuré une mission de coordination des acteurs de ce projet et a été désigné pour être animateur du comité d'itinéraire de La Véloccitane. Une convention de partenariat établie avec toutes les collectivités régionales, départementales et intercommunales a permis d'officialiser ce comité d'itinéraire et de préciser ses missions et de valider le programme d'actions financés par le Feder.

9 comités d'itinéraire ont été organisés afin de concerter tous les partenaires impliqués dans l'établissement d'une continuité pour ce nouvel itinéraire, de partager les résultats des études, d'impliquer les différentes collectivités et organismes publics et privés associés, d'informer sur l'avancée des aménagements, de faire état des différentes politiques et programmes en faveur du vélo, etc.

#### Le tracé de La Véloccitane pour la saison 2023 :



## Les actions associées

Parmi les actions mises en œuvre, on peut retenir les suivantes :

### - **Etude pour la définition d'une stratégie marketing**

Afin de promouvoir la V84, l'étude menée par Atemia a permis de disposer d'une analyse de marché pour positionner ce nouvel itinéraire par rapport aux autres offres existantes sur le marché du cyclotourisme, de définir un plan d'actions pour la promotion et la communication sur 5 ans (2022-2026) autour de 5 axes :

- Faire exister la Véloccitanie sur le territoire
- Faire exister la V84 hors du territoire
- Augmenter la part du vélo dans les séjours touristiques
- Attirer une nouvelle clientèle autour des «micro aventures »
- Faire connaître les produits itinérants)

Cette étude a aussi permis de définir un nom à la V84 qui désormais s'appelle «La Véloccitanie » et de disposer d'un logo et d'un slogan : «Itinéraire à petits bonheurs ».

### - **Expertise accessibilité handicap**

PassaPaïs en tant que voie verte est un itinéraire déjà pratiqué par des personnes en situation de handicap notamment à proximité de Lamalou-les-Bains. Toutefois, une étude manquait afin de faire le diagnostic technique de cette voie et de définir les aménagements possibles pour développer encore plus cette offre et faire des propositions de séjour pour des personnes en situation de handicap principalement moteur.

Le Bureau d'études Divercities a rendu une étude permettant de disposer d'un diagnostic de PassaPaïs (Phase 1 de l'étude), de préconisations en matière d'accessibilité et d'aménagements (Phase 2) et de propositions d'offres de séjour (Phase 3). Une réunion de restitution a été organisée le 15 février 2022. Le rapport final de l'étude a été envoyé aux 25 communes de PassaPaïs. Un carnet « PassaPaïs pour tous » a été édité pour transmettre toutes les informations utiles aux personnes à mobilité réduites souhaitant parcourir la voie verte et séjourner non loin.

### - **Schéma directeur de signalisation et d'implantation des aires de services**

Un des axes de qualification d'un itinéraire de vélotourisme est notamment celui de la qualité des services et des aménagements disponibles tout le long de l'itinéraire mais aussi la qualité de sa signalétique de jalonnement.

La Véloccitanie étant un nouvel itinéraire composé de nombreuses portions déjà existantes, il était indispensable de faire un état des lieux de l'existant et de dresser les actions à mettre en place pour répondre aux critères de qualité d'un itinéraire de vélotourisme.

Aussi, une étude conduite par C-Mobilité a permis de disposer d'un outil de cartographie localisant tous les aménagements existants ainsi que ceux à venir, les signalétiques et d'une synthèse de préconisations. Ces documents présentés en comité d'itinéraire sont à la disposition des intercommunalités et leur permettent d'avoir une meilleure visibilité sur les aménagements manquants et ceux à développer pour que La Véloccitanie puisse gagner en qualité.

### - **Etude de fréquentation**

La Véloccitanie va se développer dans les années à venir. Afin de pouvoir favoriser son développement, mesurer son impact sur le territoire, répondre aux besoins des pratiquants grâce à des aménagements et des services adaptés et mieux cibler les opérations de promotion, une étude de fréquentation qualitative et quantitative initiale, à un temps zéro est essentielle. Traces TPI a mené cette étude et a livré un rapport faisant une analyse fine de la fréquentation et des profils d'utilisateurs (les résultats, sous forme graphique, sont présentés en annexe).

## Les résultats

Les principales conclusions à retenir :

- La fréquentation de la Véloccitanie s'établit à 22 522 sorties cyclistes en 2022 (33 699 pour les piétons)
- Les excursionnistes représentent la part la plus importante des utilisateurs
- Ce sont principalement des hommes, de plus de 50 ans, résidents à proximité (Hérault, Tarn, Haute-Garonne)
- 60 % des sorties durent moins de 2 heures
- La distance moyenne d'une sortie empruntant est de 44 km
- 82 % des cyclistes partent de chez eux ou de leur lieu de séjour à vélo
- Le camping est le mode d'hébergement qui recueille le plus de faveurs parmi les cyclistes en séjour (26 %)<sup>18</sup>
- Les cyclistes sont globalement satisfaits de leur expérience sur la Véloccitanie et la majorité met en avant la beauté des paysages qui entourent l'itinéraire.
- La grande majorité des usagers utilisent leurs vélos personnels (98 %)
- 31 % des sorties sont réalisées avec un vélo à assistance électrique (VAE)
- Des retombées économiques de l'itinéraire (hors PassaPaïs) atteignent 10 2837 € pour l'année 2022, à 81 % du fait des itinérants contre 16 % et 3 % pour les touristes et les excursionnistes.

### **Post Instagram publié par le Parc pour le lancement de La Véloccitanie**



<sup>18</sup> Intéressant à relever quand on sait que le Parc est fort peu pourvu en camping.



## Valorisation culturelle

La culture est souvent un vecteur supplémentaire d'attractivité pour les itinéraires vélo. Après des études de faisabilité préalables et de définition d'un projet culturel, c'est un projet unique de fresques sur 80 km, d'Aussillon à Hérépian qui a vu le jour.

Avec une direction artistique assurée par Le Spot, 7 artistes reconnus sont intervenus lors de 5 semaines de résidence d'artistes. Ils ont quitté les murs de la ville pour s'emparer des 80 km de la voie verte PassaPaïs. Murs, ponts, tunnels, et autres surfaces servent de support à leurs créations. Nadège Féron, Clara Langelez, Marianne Villière, Adec, FOA, Mr BMX, SANDROT ont tous relevé le défi pour réaliser ce projet artistique hors du commun dont le fil rouge est de faire partager les valeurs du Parc naturel régional du Haut-Languedoc avec pour ambition « *d'expérimenter la contemplation en mouvement afin d'éprouver l'urgence de ralentir* ».

**Ce projet est une œuvre artistique collective unique en France avec la création de 20 fresques et près de 40 ponctuations d'Aussillon à Hérépian.**



*Une ponctuation réalisée par Adec sur l'ancienne cantine du Poujol-sur-Orb © Sédat Yagiz, 2023*

## Mise en réseau des professionnels de « La Véloccitane »

Afin de développer le réseau des professionnels de PassaPaïs-Véloccitane et de professionnaliser leur promotion, différentes actions ont été réalisées :

- Réalisation d'un site web pour l'association
- Reportages photo notamment pour alimenter le nouveau site internet. 26 professionnels ont été sélectionnés parmi les nouveaux adhérents.
- 2 Eductours réalisés sur la partie Est (18 octobre 2021) et Ouest (4 avril 2022) pour faire découvrir aux professionnels du Réseau des Pros l'ensemble de l'itinéraire de la Véloccitane
- Un kit de communication et la participation à des salons spécifiques

Outre ces actions, l'association a également pu largement profiter de temps d'ingénierie grâce au poste financé par le biais du FNADT<sup>19</sup> et d'une mission de service civique de mars à septembre 2023.

## Le label « Accueil Vélo »

« Accueil Vélo » est une marque nationale qui garantit des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires pour l'hébergement, la restauration, les lieux de visite, les offices de tourisme, les loueurs / réparateurs de vélo.



Dans l'Hérault et le Tarn, ce sont les ADT et CDT qui animent le label en lien avec les offices de tourisme. Sur le territoire du Parc, 66 professionnels sont labélisés « Accueil Vélo » : 11 en 2017, 39 en 2019 dont :

- |                       |                                 |
|-----------------------|---------------------------------|
| - 30 gîtes            | - 3 hébergements collectifs     |
| - 16 chambres d'hôtes | - 1 village vacances            |
| - 6 campings          | - 3 loueurs et réparateurs vélo |
| - 3 hôtels            |                                 |

## Tourisme ornithologique et naturaliste

A partir de 2011, encouragé par d'autres PNR impliqués dans le tourisme ornithologique comme celui de la Brenne ou de Marais-Cotentin, et bénéficiant de la présence d'oiseaux intéressant les touristes ornithologiques britanniques connus comme les plus férus, le Parc a expérimenté avec ses partenaires la LPO et les départements de l'Hérault et du Tarn, le développement d'une offre de tourisme ornithologique. Ce projet a débuté par la réalisation d'un guide distribué lors du British Birdwatching Fair au Royaume-Uni, puis par la participation à ce salon d'un animateur de la LPO. Ce guide a ensuite été traduit en français. En 2012, le Parc participait également à la première édition du Birdfair français. Depuis et toujours en collectif avec d'autres PNR, le PNR du Haut-Languedoc poursuit des actions de promotion notamment via le projet birdingFrance et le site associé : [birdingfrance.info](http://birdingfrance.info).

Par ailleurs, le Parc envisage de se rapprocher du collectif Birdfair France (PNRs de la Brenne, de Cotentin-Bessin, Seine-Normande et Alpilles ) pour profiter de leur expérience et de définir avec ses partenaires les conditions de la mise en œuvre d'une offre de tourisme ornithologique à la fois pour les touristes avertis et le grand public.

---

<sup>19</sup> Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire

## Encourager le tourisme durable

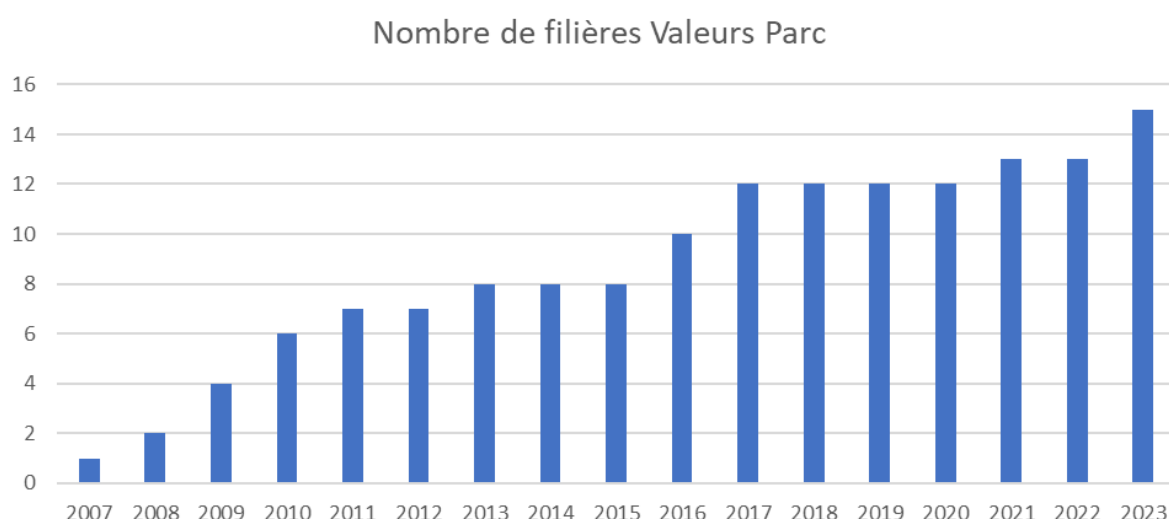
### Avec la marque Valeurs Parc©, la marque nationale des Parcs naturels régionaux

#### Une marque en évolution au sein du territoire depuis 2007

La marque Valeurs Parc naturel régional©, présente à l'échelle nationale dans tous les Parcs naturels régionaux, permet d'identifier les professionnels porteurs des valeurs des Parcs : attachement au territoire, forte dimension humaine et sociale, préservation et valorisation des patrimoines.

Depuis 2007, le Parc naturel régional du Haut-Languedoc développe la marque Valeurs Parc naturel régional© pour promouvoir et soutenir les activités économiques, agricoles et touristiques en leur offrant une reconnaissance spécifique.

En 2021, l'offre s'est enrichie dans le domaine des activités de pleine nature, avec le VTT et le paddle, et le vin et les produits de la vigne, et en 2023 avec la création de la filière séjours touristiques.



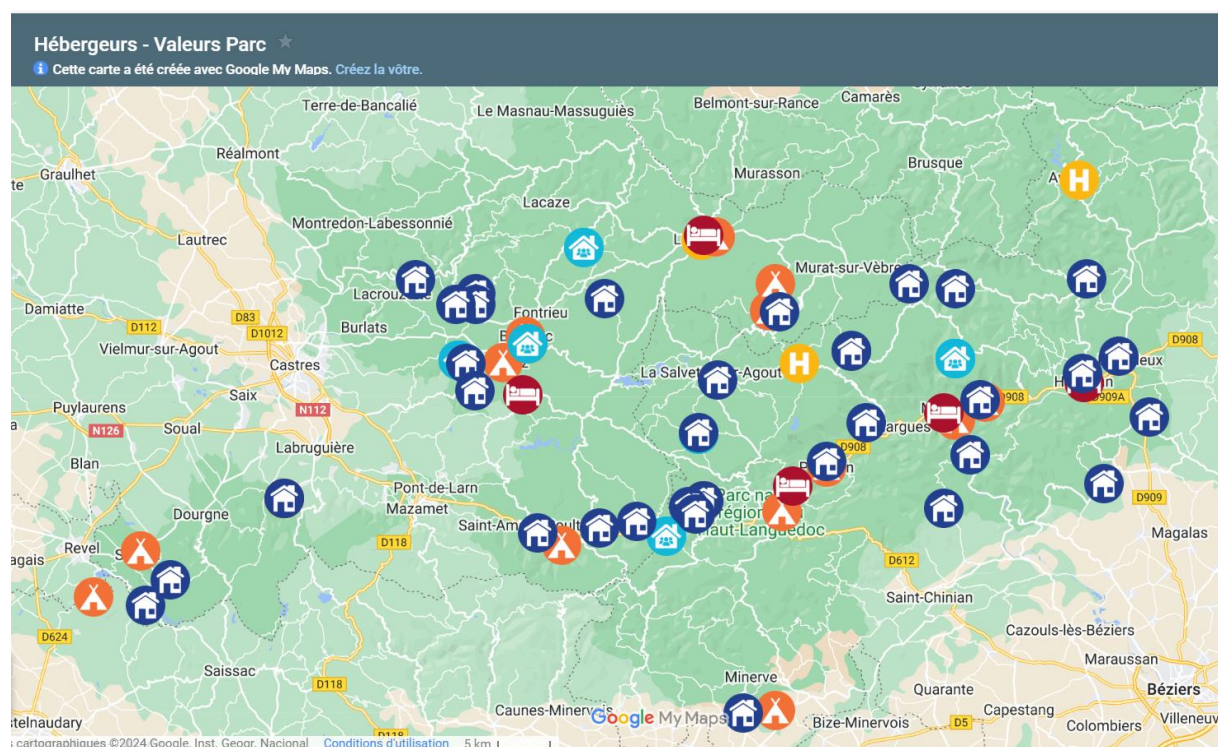
En 2024, 163 entreprises du territoire sont engagées dans la marque Valeurs Parc naturel régional© du Haut-Languedoc. On les retrouve dans les filières produits<sup>20</sup>, hébergements, activités de pleine nature (APN), sites de visite et de découverte, et séjours touristiques.

40 % des bénéficiaires de la marque sont des professionnels de l'hébergement, 36 % des producteurs, 12 % des activités de pleine nature, 11 % des sites d'accueil et de découvertes et peu représenté aujourd'hui la filière pierre avec un seul professionnel engagé et la filière « séjours touristiques » qui a été lancée en 2023 et dont les attributions commencent tout juste.

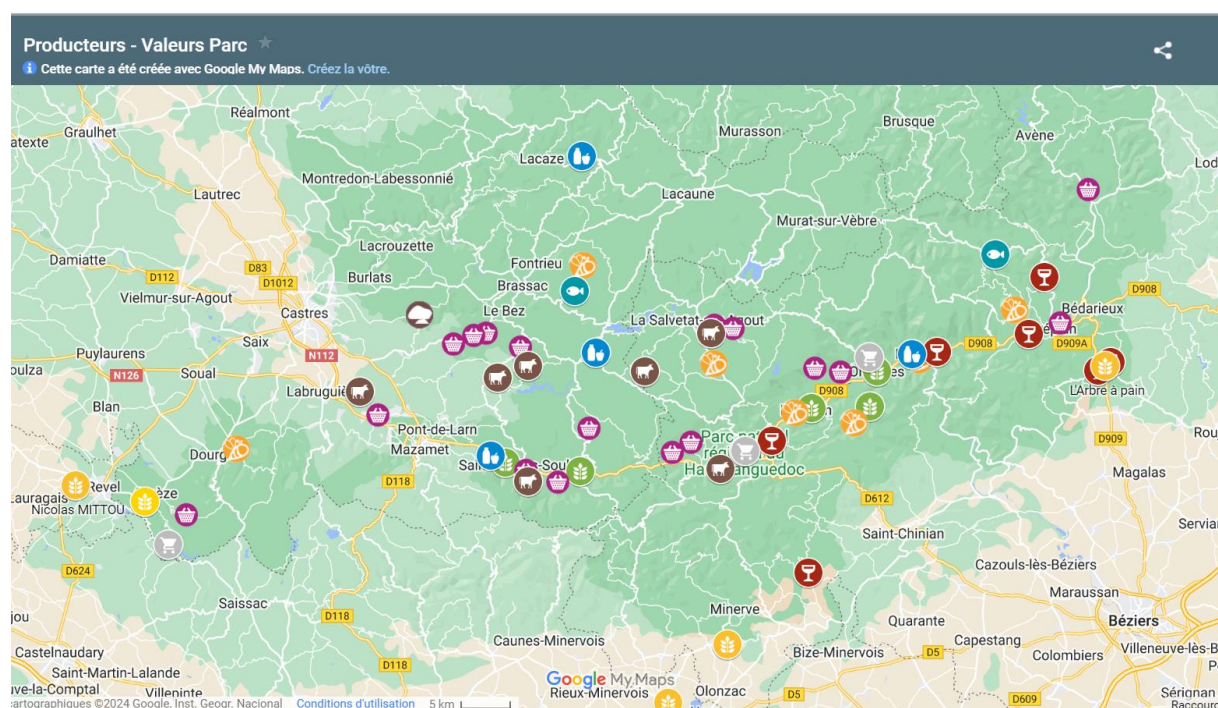
<sup>20</sup> Filières « produits » : vin et produits de la vigne, fruits et légumes, miel, viande, laits et dérivés, pisciculture, blé barbu, et pierre.



## Les hébergements engagés dans la maque Valeurs Parc (avril 2024) :

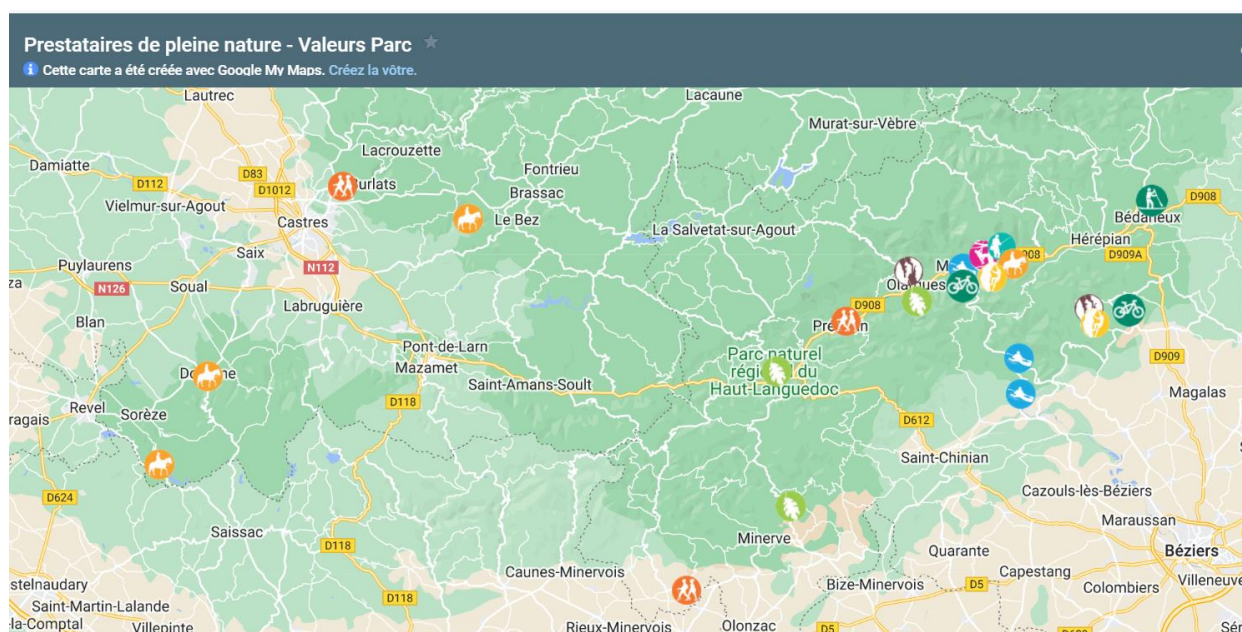


## Les producteurs engagés dans la maque Valeurs Parc (avril 2024) :

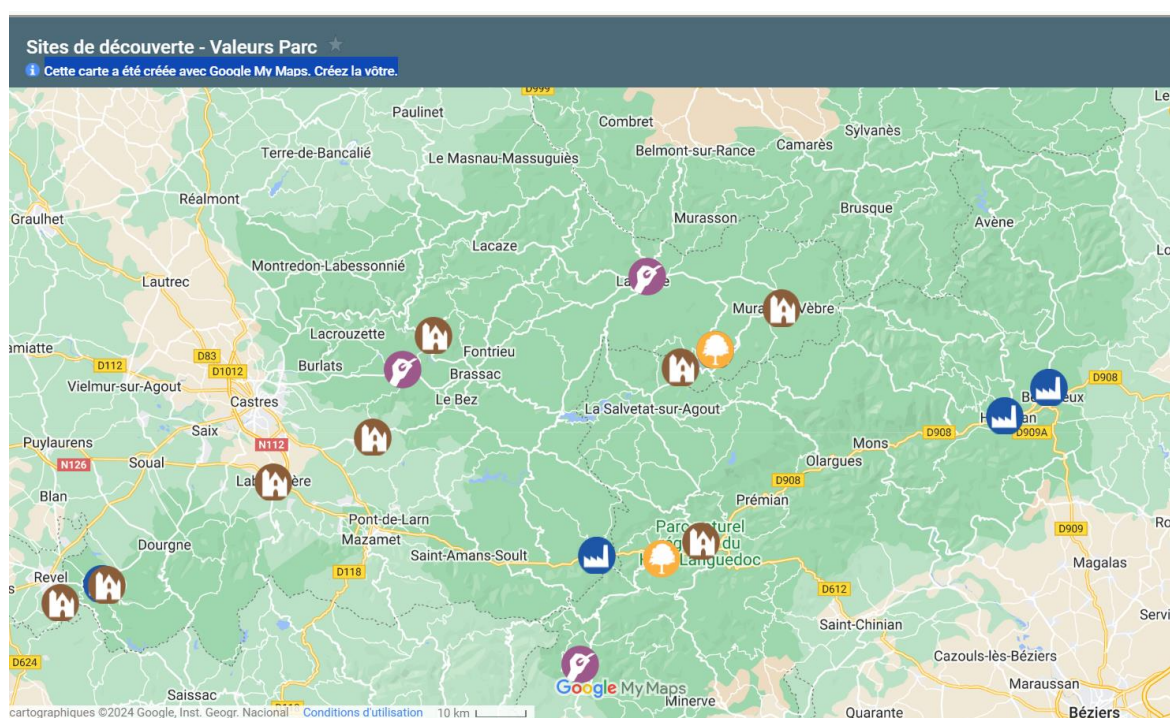




## Les prestataires APN engagés dans la maque Valeurs Parc (avril 2024) :



## Les sites de visite engagés dans la maque Valeurs Parc (avril 2024) :



## Les professionnels engagés dans la marque Valeurs Parc©

**Hébergements** : 14 campings, 12 gîtes / chambres d'hôtes, 35 gîtes / gîtes de groupe / gîtes d'étape / gîtes ruraux, 3 hôtels, 1 hébergement atypique.

**APN** : 4 rando équestre, 3 canoës, 3 sorties nature, 2 rando pédestre, 2 VTT, 1 escalade / via ferrata, 1 escalade / via ferrata / spéléologie / paddle, 1 parcours acrobatique en hauteur, 1 pêche, 1 rando pédestre/marche nordique, 1 spéléologie.

**Sites de visite et de découverte** : 4 musées, 4 sites découverte (patrimoine historique), 3 sites découverte (productions locales), 2 sites découverte (productions locales / patrimoine industriel), 1 site découverte (patrimoine historique / patrimoine industriel), 1 site découverte (patrimoine historique / productions locales), 1 site découverte (patrimoine naturel / patrimoine historique / productions locales), 1 grotte.

**Produits** : 8 fruits et légumes, 7 blé barbu, 7 miel et produits de la ruche, 7 viande (viande bovine), 7 vin et produits de la vigne, 5 fleurs et plantes aromatiques, 3 fruits et légumes (châtaignes et marrons, châtaignons, farine de châtaigne, confiture de châtaignes), 3 fruits et légumes (jus de pommes et ou poires), 2 **pisciculture**, 2 **produits laitiers** (fromage), 2 viande (viande ovine), 1 produits laitiers (fromage et yaourt), 1 produits laitiers (yaourt), 1 miel et produits de la ruche, légumes, pain, viande ovine, 1 **granit** du Tarn

**Séjours touristiques** (Nouveauté 2024) : 1 agence (7 séjours)

Pour l'entreprise qui en bénéficie, la marque est une reconnaissance de son travail mais aussi de son inscription respectueuse dans son territoire et son environnement, et lui confère une valeur ajoutée en termes d'image. La marque donne aussi accès à une promotion renforcée et un appui technique du Parc.

Pour le consommateur, la marque garantit que le produit ou service :

- Respecte les valeurs fortes des Parcs naturels régionaux
- A une identité et un « caractère »
- Bénéficie d'une traçabilité liée à des filières territoriales (proximité)
- Répond à des enjeux de territoire
- Est porteur de sens, d'humanité (valorisation des savoir-faire, esprit de solidarité entre entreprises), etc.

En privilégiant ces entreprises, le consommateur participe à la vie du territoire dans lequel il vit / qu'il visite. La liste détaillée des professionnels marqués est disponible sur le site du Parc naturel régional du Haut-Languedoc.

## Avec les autres labels engagés dans le tourisme durable présents sur le territoire

Sur le territoire du Parc d'autres labels touristiques en faveur de la transition écologique sont présents comme « Clé Verte », « Station verte », « Ecolabel européen »<sup>21</sup>, etc. **Toutefois, peu de concertation et/ou de mutualisation sont mises en place.**

---

<sup>21</sup> Un seul « Ecolabel européen » est présent sur le territoire du Parc : l'Hôtel d'Avène, qui est aussi engagé dans la marque « Valeurs Parc ». L'Occitanie en compte 12.

# Les véhicules motorisés en zones naturelles

## Les loisirs motorisés

Pour la circulation des véhicules terrestres à moteur (quads, 4x4, motos) pouvant avoir des impacts importants sur les espaces naturels, les dégrader et provoquer des nuisances pour les autres usagers, les Parcs naturels régionaux, sont tenus d'établir les règles de circulation sur leur territoire à travers leur Charte selon la loi 91-2 du 3 janvier 1991, relative à la circulation des véhicules terrestres dans les espaces naturels (Article L 262-1 du Code de l'Environnement).

L'utilisation des véhicules tout-terrain est largement répandue dans le territoire du Parc. On constate une utilisation importante des 4x4 par des personnes ayant des droits d'accès, souvent associée à des activités telles que la chasse, le pastoralisme, la sylviculture, etc.

Des pratiques de loisirs s'observent également : moto, enduro ou encore la pratique du quad. Quelques loueurs sont présents sur le Parc ou sur les villes voisines (sans recensement à ce jour).

Actuellement, ni le Département du Tarn, ni celui de l'Hérault n'ont souhaité mettre en place de PDIRM<sup>22</sup> sur le territoire.

Dans sa charte précédente, le PNR avait réalisé une cartographie des zones à enjeu, sur lesquelles les sites naturels pouvaient être fragilisés par une fréquentation non maîtrisée de véhicules à moteur, visant principalement le risque de hors-piste. Cet outil a permis au Parc d'accompagner les communes concernées pour la mise en place de mesures allant parfois jusqu'à l'interdiction de circulation sur les chemins par arrêtés municipaux ou encore la pose de barrières.

A ce jour, 59 communes du Parc ont pris des arrêtés de circulation (temporaires, ou permanents). On compte en 2023 un total de 134 arrêtés. Accompagnées de sensibilisation, ces décisions ont été acceptées et respectées dans l'ensemble.

Les principales difficultés rencontrées par les communes sont liées à un manque de moyen humain pour réaliser les contrôles et faire appliquer la loi.

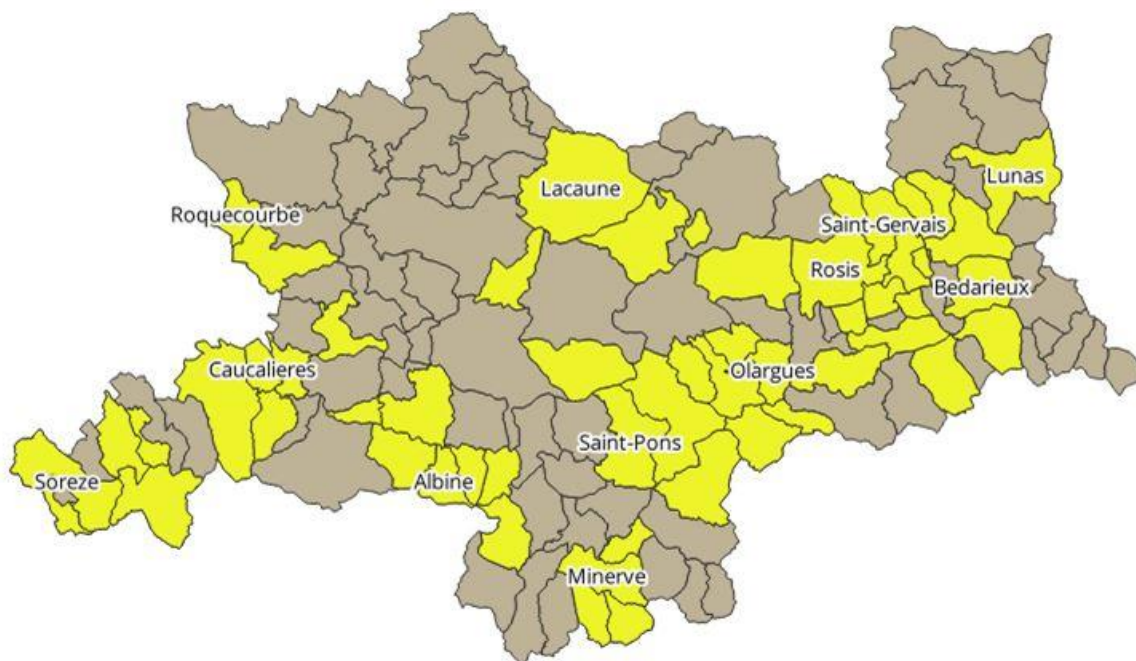
**Il est essentiel de maintenir une surveillance active dans les "Espaces d'Intérêt Écologiques remarquables" du Parc afin d'éviter les dégradations des écosystèmes.**

---

<sup>22</sup> Plan Départemental d'Itinéraires de Randonnée Motorisée



**Communes ayant pris des arrêtés de circulation de véhicules à moteur en 2024 (en jaune) :**



*Données : questionnaire auprès des 118 communes (2024)*

A travers ce questionnaire, on recense 59 communes ayant pris des arrêtés de circulation (sur les 118 communes étudiées). En 2023, on compte un total de 134 arrêtés.

Par ailleurs, les pratiquants de loisirs motorisés expriment ponctuellement des difficultés à trouver l'information fiable sur les chemins ouverts à la circulation leur permettant de préparer au mieux leur sortie, évitant ainsi toute surprise sur le terrain.

D'autre part, des conflits d'usage semblent exister entre habitants ou exploitants et pratiquants de loisirs motorisés (dérangement sonore, dégradation des chemins, non-respect des propriétés privées, etc.).

A ce jour, l'action du Parc a porté sur l'accompagnement des élus locaux dans la mise en œuvre de solutions en réponse à des problématiques individuelles (conflits d'usage, protection de l'environnement, maintien de la qualité paysagère de sites, etc.).

Il semble difficile de parler de loisirs motorisés sans évoquer l'activité de chasse pour laquelle l'usage de 4x4 et/ou de quad permet de s'approcher au plus près des sites. Si l'état des lieux du nombre de dianas de chasse n'a pas été renseigné à ce jour, il est à noter que les chasseurs sont très actifs dans le Haut-Languedoc et présents sur l'ensemble des communes du territoire.

L'activité de chasse se déroule en principe en période hivernale et jusqu'au début du printemps. D'un point de vue écologique, cette période n'est pas la plus sensible. Cependant, **plusieurs points de vigilance** sont à préciser :

- **Les périodes de chasse tendent à s'étendre** (exemple de l'arrêté préfectoral de 2022 N°DDTM34-2022-05-12985) compte tenu du développement du gibier, et notamment du sanglier et des dégâts qu'il pose sur les cultures
- L'entretien des sentiers par **l'action du débroussaillage** peut avoir un impact très fort sur l'environnement si elle est réalisée en période de vulnérabilité pour les espèces présentes
- Les milieux ayant tendance à se fermer, les chasseurs peuvent être amenés à **ouvrir de nouveaux sentiers** pour pénétrer dans ces espaces naturels où le gibier se cache



Comme évoqué plus haut, les milieux naturels les plus sensibles ont fait l'objet de mesures d'encadrement, parfois même d'arrêt municipal d'interdiction de la circulation des véhicules à moteur afin de les préserver.

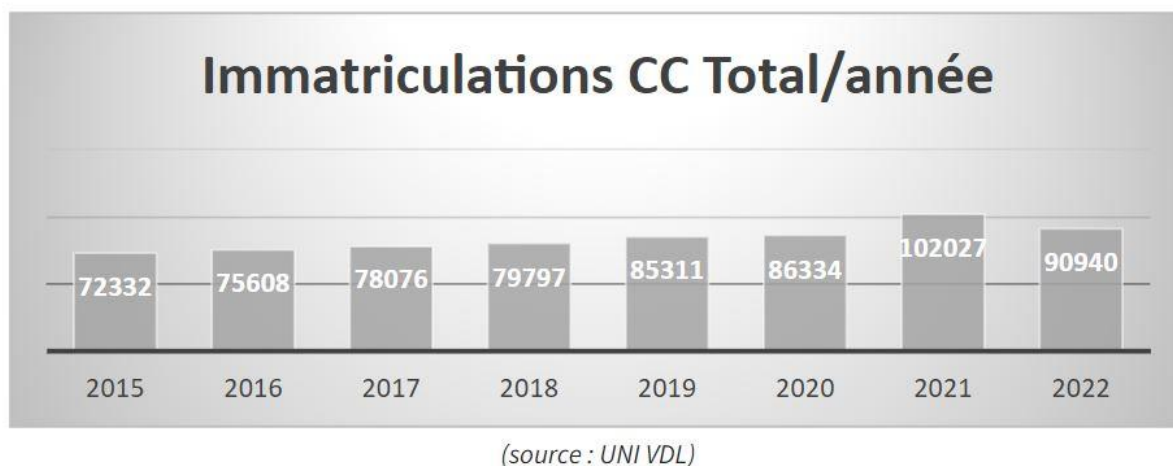
Or, sous couvert d'un bail de chasse, **le(s) chasseur(s) est considéré comme un ayant-droit et échappe donc à l'application de cette interdiction**. Le champ des ayants droit est bien plus large puisqu'il en est de même pour les véhicules utilisés pour remplir une mission de service public, à des fins professionnelles de recherche, d'exploitation et d'entretien des espaces naturels, liées à des activités agricoles, pastorales ou forestières, par les propriétaires de ces terrains ou leurs ayants droits.

Pour conclure, si l'action du Parc ces dix dernières années s'est concentrée sur les zones naturelles avec un enjeu de préservation des sols (avec l'objectif principal d'éviter la divagation), il pourrait être important à l'avenir de **se préoccuper de la préservation de la faune sauvage face au dérangement sonore**, sujet documenté dans le monde scientifique.

## L'impact du stationnement des véhicules

Comme vu précédemment, les saisons touristiques 2020 et 2021 ont connu une affluence très exceptionnelle sur l'ensemble du territoire du Parc. Sur les sites touristiques phares connaissant régulièrement des pics de fréquentation importants, les problématiques de fréquentation ont été exacerbées. C'est le cas par exemple du massif du Caroux où les **problématiques de surcharge de parking et de stationnement anarchique** empêchaient totalement l'accès des secours et pompiers au massif. C'est à la suite de cette urgence que le « groupe Caroux », animé par le Parc, a vu le jour.

Par ailleurs, il est observé un **engouement important des français pour les Véhicules de Loisirs<sup>23</sup> (VDL)** depuis plusieurs années comme le montre le graphique suivant :



Pour bien analyser la tendance des immatriculations, il faut prendre un peu de recul et se placer sur le temps long. Effectivement, le Covid a bouleversé les statistiques, mais si l'on prend la période 2015-2022, on compte tout de même plus de 40 % de camping-cars neufs immatriculés, ce qui fait en moyenne +5 % d'immatriculations de camping-cars neufs par an.

L'année 2021 était exceptionnelle, avec 30 000 VDL vendus. Un engouement qui s'explique par la recherche de liberté et de sécurité sanitaire lors de la période post-Covid. Mais finalement, on reste sur une tendance positive, car si on fait abstraction de l'année 2021, la progression des ventes est bien

<sup>23</sup> Les VDL sont des véhicules terrestres habitables destinés à une occupation temporaire ou saisonnière, à usage de loisir : camping-car, fourgon ou van aménagé, caravane, etc.

réelle sur la période récente, entre 2020 et 2022. Donc on voit que l'intérêt du camping-car progresse en France et en Europe, et ce pour le marché du neuf et de l'occasion<sup>24</sup>.

Si un certain nombre d'aires de camping-car sont aménagées sur le territoire, ils sont parfois boudés des propriétaires de VDL et les **problématiques de camping sauvage** (stationnement illégal<sup>25</sup> des véhicules de loisirs) persistent. Les communes sont confrontées à cette problématique. Ce phénomène risque de s'amplifier au regard de l'engouement pour les VDL.

En plus du **sentiment de désappropriation remonté par les habitants**<sup>26</sup> le camping-sauvage peut également créer des **dégradations sur l'environnement et la perte de l'intérêt paysager des sites** touristiques.

A Dourgne par exemple, sur le site de la Capelette, le passage répété de camping-cars a provoqué la dégradation des pelouses sèches, classées Habitats d'Intérêt Communautaire pour le site Natura 2000 Montagne noire occidentale. A l'instar des randonnées, **la digitalisation et le développement des sites collaboratifs en sont largement responsables** en conseillant des spots illégaux (Park4night pour le cas de Dourgne).

D'une manière générale, les pratiques illégales desservent l'image de ces loisirs motorisés et portent atteinte à l'environnement.

## Mobilités, intermodalités et accès au Parc

### Les lignes de bus

Une inégalité s'observe dans le maillage du territoire avec 15 lignes de bus coté héraultais et 8 lignes coté tarnais (elles sont listées en annexe).

Ces lignes ne prennent pas réellement en compte les continuités entre département. Saint-Pons-de-Thomières est le principal point d'articulation entre les lignes de l'Hérault et du Tarn.

Les lignes de bus sont centrées sur le besoin scolaire et non pour le tourisme et encore moins pour le transport des vélos. Peu d'arrêt où les vélos peuvent être chargés dans les soutes. Transport des vélos disponible sur des racks seulement l'été et uniquement de Saint-Pons-de-Thomières à Bédarieux.

---

<sup>24</sup> Source : [axa.passion.fr](https://axa.passion.fr) « Véhicules de loisirs : un marché qui garde la cote »

<sup>25</sup> Les règles de stationnement sont les mêmes que pour les autres véhicules. Mais pour être considéré comme en stationnement, il ne faut pas mettre de cales, déplier d'auvent, sortir de table ou chaises, ni évacuer les eaux usées ou vider les poubelles. Et même sur terrain privé camper et vidanger reste interdit dans les sites naturels classés ou en instance de classement, dans les sites patrimoniaux remarquables classés, à proximité d'un monument historique, sur les rivages de la mer, ou encore dans le proche périmètre d'un point d'eau captée pour la consommation humaine et dans les zones fixées par arrêtés municipaux (ces derniers devant être affichés en mairie et sur panneaux apposés aux points d'accès de ces zones). Source : <https://www.notretemps.com/vie-pratique/voiture/camping-cars-ce-qui-est-permis-ou-interdit-12858> et <https://www.sofinco.fr/projet-credit/prest-camping-car-caravane/conseils-camping-car-en-pleine-nature.htm>

<sup>26</sup> Notamment lors des réunions publiques organisées pendant la concertation menée dans le cadre de la révision de la charte du Parc

Une offre inexistante les dimanches et les jours fériés côté tarnais et sur les deux départements peu développée les samedis.

Des horaires tellement conditionnés par les vacances scolaires qu'ils en deviennent illisibles pour un usage hors temps scolaire.

En l'état, le bus ne peut pas être une alternative à la voiture ni encourager l'intermodalité.

Des temps de trajet trop longs pour pouvoir satisfaire les éventuels visiteurs : ex Montpellier/St Pons = 2h45 contre 1h45 en voiture.

Une simulation avec un départ de la gare de Montpellier à 6h49 jusqu'à Béziers gare puis Bédarieux gare et bus jusqu'à St Pons permet une arrivée à 10h28, soit plus de 3h30 de trajet.

Le réseau de bus Lio dans l'Hérault (Hérault Transport, 2024)



Le réseau de bus Lio dans le Tarn (Lio Occitanie, 2024)



## Les gares

---

Mazamet et Bédarieux sont les deux gares principales du territoire. Des gares secondaires et des haltes ferroviaires sont également présentes à Labruguière, Le Bousquet-d'Orb, Ceilhes-Roqueredonde et Lunas.

Les vélos sont a priori acceptés gratuitement et sans réservation dans les trains Lio, dans la limite des places disponibles.

## Les campings car

---

*Sources : Tarn Tourisme, Hérault Tourisme, 2024 (périmètre d'étude PNRHL)*

Il y a 5 aires de camping-car côté tarnais avec 14 bornes de services et 8 aires de camping-car côté héraultais

## Les recharges voiture

---

Un territoire dont l'équipement en borne de recharge progresse. Des bornes principalement localisées sur les principaux axes routiers et les agglomérations. On constate que les petites communes côté tarnais sont mieux équipées que leurs voisines de l'Hérault où les bornes sont fortement localisées sur l'axe Bédarieux Saint-Pons de Thomières.

## Le service de transport pour les itinérances

---

La « Malle-postale » est un service payant qui permet le long d'un itinéraire d'assurer le portage des bagages et le transfert éventuel pour le retour des personnes et/ou des vélos. En 2023, 46 transferts ont été assurés majoritairement pour des personnes et leurs vélos. C'est une prestation qui avait été testée sur PassaPaïs et qui perdure encore, assurée par la société de bus Restouble qui par ailleurs assure aussi le transport en bus pour Lio et équipe certains de ces bus avec des racks pour l'été. 73 vélos ont été transportés sur les lignes LIO 682 et 654 (cf. Tableau en p. 68-69).

Le service de la « Malle-postale » est également proposé le long du GR®653 Voie d'Arles sur la partie héraultaise du Parc, ainsi que le long du sentier de grande randonnée GR®7.

Le Tour operator « Le vélo voyageur » implanté récemment sur le territoire propose également un service de portage assuré par la société Restouble. En 2023, 15 transferts principalement de bagages ont été assurés.

## Les locations de vélo

---

Sur le territoire trois loueurs de vélos sont labélisés « Accueil vélo » (sur 6 en France et tous en Occitanie). Ils se situent le long de PassaPaïs.

Des hébergeurs et des sites de loisirs offrent également ce service mais aucun recensement précis n'existe.



## Les box vélo

---

Une expérimentation dans le cadre du Feder 2020-2023 a été menée en installant 3 boxs vélos sur des sites le long de La Véloccitanie. Trois communes ayant une attractivité touristique ont été retenues : Sorèze, Saint-Pons-de-Thomières et Mons-La-Trivalle.

L'objectif était d'offrir aux cyclistes un lieu sécurisé afin de stationner leurs vélos pour profiter des sites de visite à proximité.

## Les transports à la demande

---

L'offre de transport à la demande est quasi inexistante sur le territoire du Parc. Seule la communauté de communes Sidobre Vals et Plateaux propose ce service qui s'adresse aux habitants pour des arrivées à Brassac, Vabre et Saint-Pierre de Trivisy, du lundi au vendredi.

## Le Rézo Pouce

---

Le réseau de covoiturage «Rézo Pouce » est un système de partage de trajets qui permet aux conducteurs et aux passagers de se connecter pour voyager ensemble. Il est déployé et testé sur la communauté de communes Grand Orb.

Il n'a pas encore été testé à des fins touristiques.

## Analyse synthétique

Le secteur du tourisme, indissociable des activités de pleine nature, dans le Parc bénéficie d'une richesse naturelle et culturelle exceptionnelle, offrant une diversité d'activités et d'expériences. Il joue un rôle important dans le développement économique et social du territoire.

Cependant, face à un environnement en constante évolution, il est essentiel d'adapter l'offre et la gouvernance pour répondre aux nouvelles attentes des clientèles, tout en préservant l'identité du territoire

Face à des paysages variés et un patrimoine naturel et culturel riche, le défi consiste à structurer une offre touristique attractive, durable et adaptée aux évolutions des clientèles et aux enjeux environnementaux. L'analyse ci-après, réalisée en collaboration avec les partenaires techniques, permet de comprendre les forces et les défis du territoire pour proposer des solutions innovantes. Elle permet d'identifier les leviers à activer pour renforcer l'attractivité touristique tout en préservant l'équilibre environnemental et sociétal, notamment face aux impacts du changement climatique et aux nouvelles tendances touristiques.

### Les atouts du territoire

---

- Paysages de qualité et diversité des activités de pleine nature (terrestre, aérienne, aquatique) et des patrimoines (naturels et culturels)
- Diversité des clientèles, avec un accueil de toutes les tranches d'âge, catégories socioprofessionnelles (CSP), et de types de pratiques touristiques
- Réseau solide de professionnels engagés (ex. marque Valeurs Parc) avec une bonne connaissance du territoire
- Expérience positive d'actions mutualisées sur certains projets touristiques (PassaPaïs, Vélocitanie)
- Clientèle de proximité, facilitant une accessibilité rapide pour les visiteurs locaux

### Les faiblesses du territoire

---

- Offre peu différenciée et insuffisamment structurée, avec un manque d'innovation dans l'hébergement, la mise en valeur du patrimoine et de la culture locale
- Problèmes d'accessibilité : peu de campings, d'hôtels, et manque d'hébergements de groupes, avec une faible desserte en transports publics
- Professionnels isolés et parfois peu formés : vieillissement, difficultés de recrutement, activité secondaire et problème de pérennité des aides financières
- Fragmentation des structures de gouvernance, avec un manque de coordination entre les acteurs nombreux, et une concertation insuffisante entre OTs, syndicats, et autres institutions
- Difficulté à attirer les clientèles hors saison et à structurer des offres adaptées (itinérance, gastronomie, tourisme bien-être) du fait de la fermeture des commerces et le manque de services

## Les opportunités à saisir

---

- Tendance au retour à la nature et au ressourcement chez les clientèles, en lien avec la valorisation du patrimoine naturel
- Croissance des segments tels que le tourisme en van, l'itinérance (randonnées, vélo), l'œnotourisme, et le tourisme culturel
- Renforcement des réseaux d'ambassadeurs professionnels pour porter une image positive du territoire
- Mutualisation et coopération accrues, convergence des stratégies touristiques autour des patrimoines naturel et culturel, développement de marques territoriales (« ombrelle ») pour renforcer la notoriété
- Développement des nouveaux modes de voyage et accueil des personnes handicapées, des jeunes, et des clientèles alternatives (thermalisme, camping-cars, etc.)

## Les menaces à prendre en compte

---

- Changements climatiques affectant les paysages, les ressources en eau (sécheresse, incendies, baisse du niveau des cours d'eau, canicules)
- Risques de perte d'attractivité si le territoire devient une destination d'excursion peu fréquentée ou connotée «vieillot »
- Perte d'attrait du label PNR si la gouvernance et la communication autour de ce label ne sont pas renforcées
- Réglementations contraignantes sur l'urbanisme, l'accueil, et l'hébergement en lien avec des problématiques environnementales
- Risque de perte de compétences locales si manque de concertation entre les institutions touristiques locales ou si la Région centralise la compétence touristique
- Surfréquentation et dérives des nouvelles pratiques impactant la biodiversité : Activités motorisées, drones, highline dans des zones fragiles, manque de gestion des flux, notamment à cause des réseaux sociaux

## Les enjeux et objectifs associés

---

### L'innovation dans l'offre touristique

- Prioriser et structurer l'offre différenciante, notamment autour de l'itinérance (vélo, randonnée), des observations naturalistes, de l'œnotourisme et du bien-être, avec des séjours thématiques pluridisciplinaires (art, gastronomie, culture occitane)
- Capitaliser sur la basse saison en proposant des offres adaptées pour encourager la fréquentation hors périodes estivales (automne, hiver). Porter une attention particulière à la fragilité du milieu naturel au printemps
- Développer un marketing expérientiel, utiliser des plateformes digitales pour capter de nouvelles clientèles, et en s'appuyant sur des événements existants et des enseignes (ex. Décathlon)

## L'accompagnement et la professionnalisation des acteurs locaux

- Renforcer la professionnalisation des acteurs du tourisme pour développer une offre qualitative et pérenne (label Valeurs Parc, formations spécifiques, centralisation des services touristiques)
- Encourager la mise en réseau des professionnels, en favorisant la collaboration et l'échange d'expériences autour de projets communs
- Innover dans les services de soutien aux professionnels, notamment pour faciliter le recrutement (emplois saisonniers), et développer de nouvelles solutions d'hébergement adaptées aux évolutions des pratiques touristiques

## La gouvernance touristique du territoire

- Créer une structure de gouvernance dédiée à l'échelle du Parc, intégrant les OTs, les EPCI, et les acteurs économiques pour une meilleure planification et coordination des actions
- Mutualiser les moyens et les actions entre les différentes entités (OT, syndicats, professionnels), pour une approche territoriale plus cohérente
- Impliquer tous les niveaux administratifs (Région, Départements, EPCI) pour une gestion coordonnée de la stratégie touristique
- Promouvoir le label et la destination PNR pour renforcer l'identité territoriale et la notoriété touristique du Parc naturel régional

## L'adaptation aux évolutions des clientèles et des attentes

- S'adapter aux nouvelles pratiques touristiques, en développant des offres pour le tourisme en van, l'itinérance, et les séjours courts, tout en intégrant les personnes en situation de handicap
- Valoriser le patrimoine culturel et naturel, en mettant en avant l'authenticité du territoire (culture occitane, thermalisme, gastronomie)
- Optimiser l'offre d'hébergement, en transformant des bâtiments agricoles non utilisés en gîtes et en proposant de nouvelles formes d'hébergement adaptées aux clientèles actuelles

## La gestion des flux et la préservation des ressources

- Intégrer les enjeux environnementaux dans les offres touristiques pour préserver les ressources naturelles face à l'afflux de touristes
- Gérer l'impact des APN sur l'environnement (canoë, drones, activités motorisées), en sensibilisant les porteurs de projets aux enjeux écologiques
- Encourager la gestion des flux touristiques pour éviter la surfréquentation des zones sensibles et préserver la biodiversité
- Développer des équipements écologiques et favoriser l'itinérance douce pour réduire la dépendance à la voiture et limiter les nuisances environnementales

## La sensibilisation et l'information des visiteurs

- Promouvoir des comportements responsables auprès des visiteurs à travers des interventions éducatives et des outils numériques (réseaux sociaux, applications)
- Renforcer la présence sur le terrain (patrouilleurs, panneaux informatifs) pour informer sur les bonnes pratiques et la réglementation en vigueur
- Créer des espaces d'échanges pour les pratiquants afin de prévenir les conflits d'usage et encourager un respect des milieux naturels et des acteurs locaux

Ainsi, le secteur du tourisme et des activités de pleine nature dispose d'atouts considérables, notamment une grande diversité d'activités et un patrimoine exceptionnel. Cependant, il souffre également de certaines faiblesses, telles que le manque d'innovation, les problèmes d'accessibilité et une fragmentation des gouvernances. Les opportunités à saisir, comme la croissance du tourisme durable et le développement des mobilités douces, doivent être exploitées pour renforcer la compétitivité du territoire.

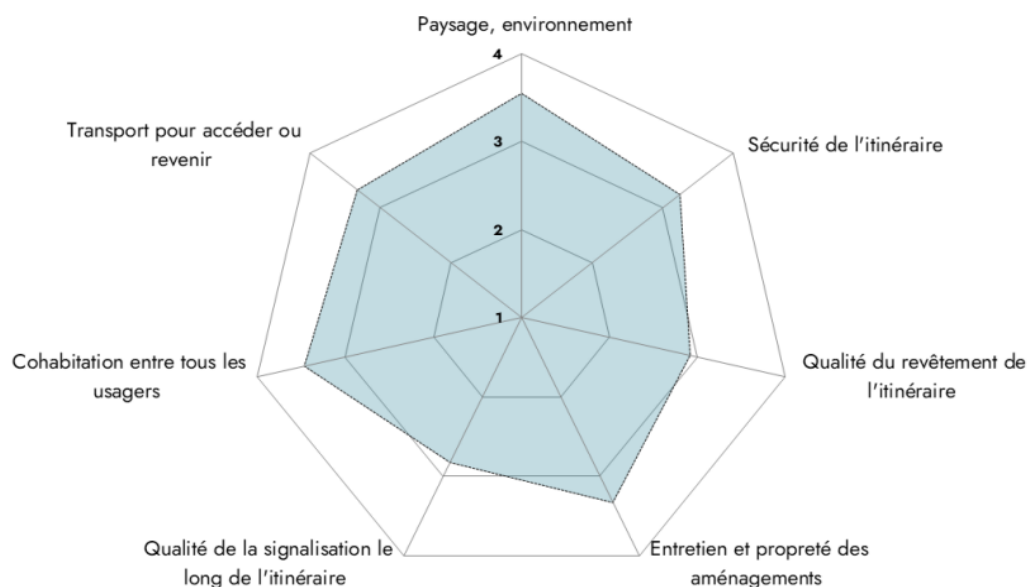
Cependant, les menaces liées aux changements climatiques et à la surfréquentation imposent une gestion rigoureuse des ressources et des flux touristiques. Les enjeux identifiés soulignent la nécessité d'une approche concertée, innovante et respectueuse de l'environnement, où la professionnalisation des acteurs, la coordination des stratégies, et l'adaptation aux nouvelles attentes des visiteurs seront des éléments clés pour garantir un développement touristique durable et équilibré.



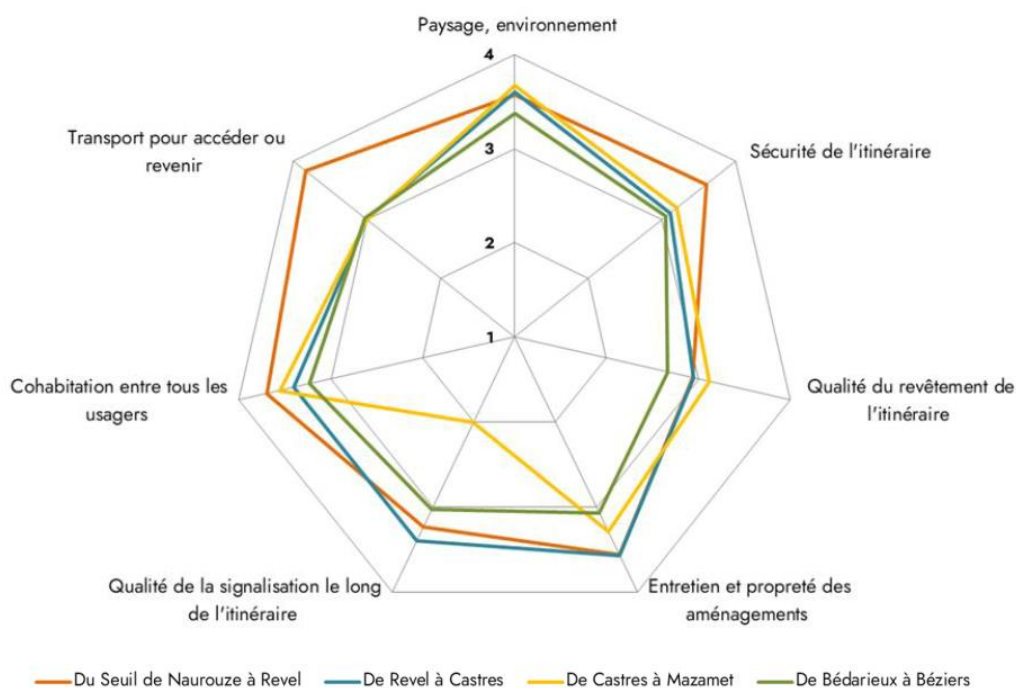
## Annexes

### La satisfaction des usagers de la Véloccitanie

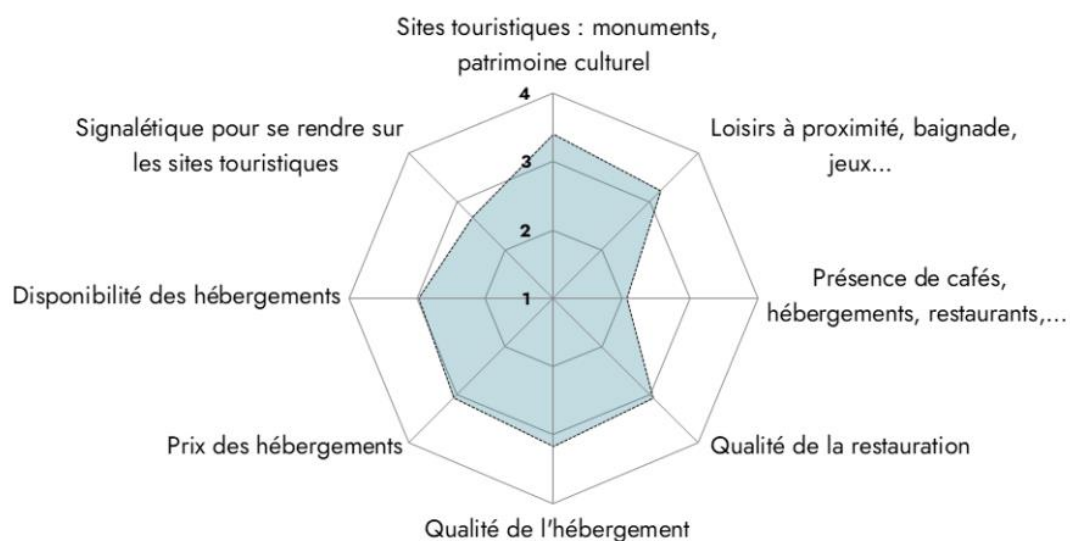
La satisfaction des personnes interrogées quant aux qualités de La Véloccitanie, (Traces TPI, 2023) :



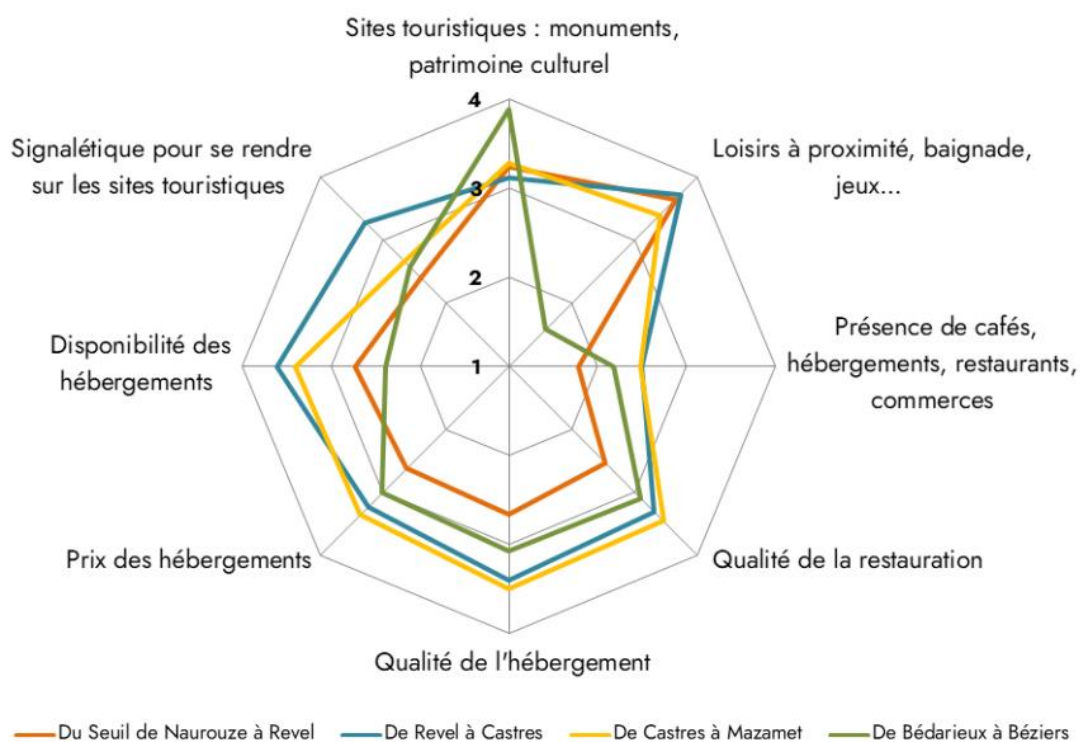
La satisfaction des personnes interrogées quant aux qualités de La Véloccitanie selon les tronçons, (Traces TPI, 2023) :



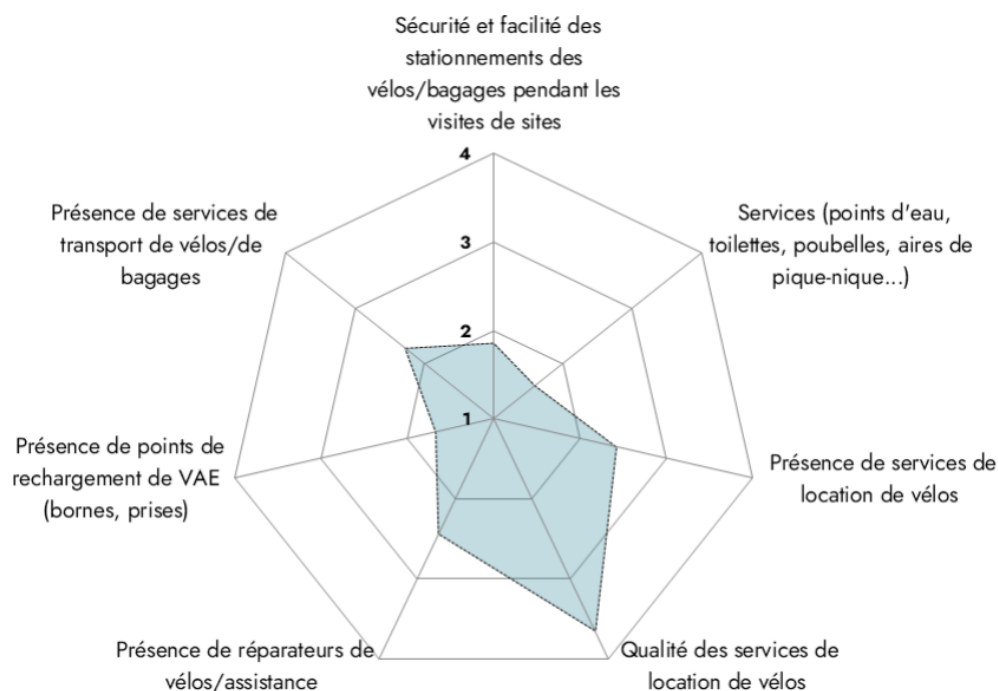
### Les Plus de l'itinéraire selon les personnes interrogées, (Traces TPI, 2023) :



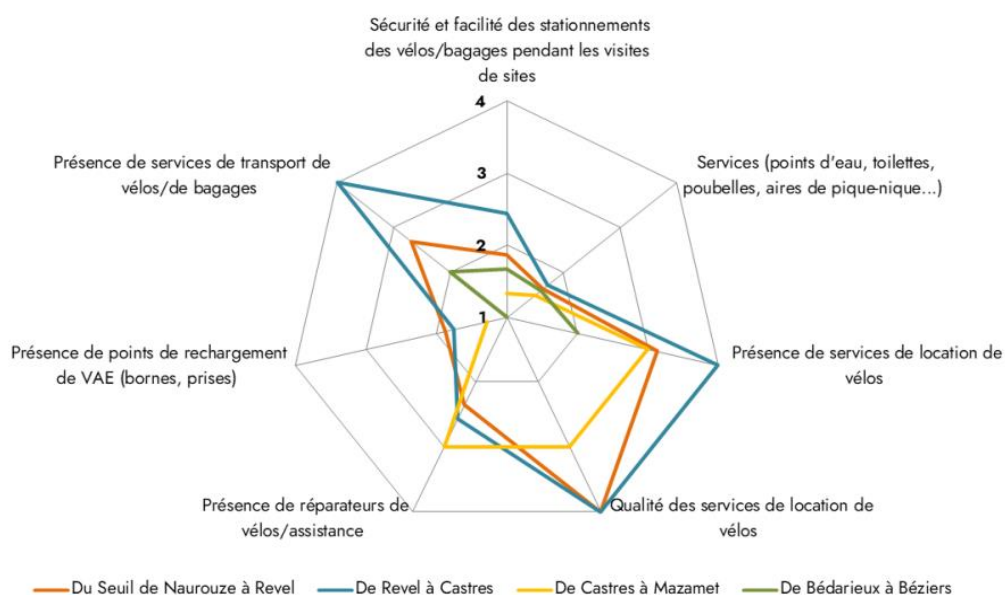
### Les Plus de l'itinéraire selon les tronçons, (Traces TPI, 2023) :



## La qualité des services sur l'itinéraire selon les personnes interrogées, (Traces TPI, 2023) :



## La qualité des services sur l'itinéraire selon les personnes interrogées et selon les tronçons, (Traces TPI, 2023) :



## Les lignes de bus du territoire

Tableau récapitulatif des lignes de bus circulant sur le territoire du Parc sur la base des grilles d'horaires publiées sur Lio-occitanie.fr réseau de bus Lio dans le Tarn (Lio Occitanie, 2024)

Ligne	Destination	Nombre de bus			Chargement vélo	Commentaires
		Période scolaire	Vacances scolaires	Été		
766	Castres-Roquecourbe-Lacaune	4 L à V 1 V 2 S	3 L à V 2 S	3 L à V 2 S		Pas d'offre le dimanche et les jours fériés  Pas de prise en charge des vélos
763	Castres-Brassac-Lacaune-Murat	10 L à V 1 Me 1 LMJV 2 S	7 L à V 2 S	6 L à V 2 S	Le Bez Lacaune	Pas d'offre le dimanche et les jours fériés  Peu d'offres les samedis
769	Castres-Lacrouzette	2 L à V 1 Me 2 LMJV	3 L à V		Lacrouzette	Pas d'offre ni les we ni en été
764	Castres-Montredon	4 L à V 3 Me 3 LMJV 3 S	3 L à V 3 S	3 L à V 3 S	Montredon	Pas d'offre les dimanches et jours fériés  Peu de possibilités de charger les vélos
753	Castres-St Pons-Béziers-Valras	1 V 2 S 1 D+JF	1 V 2 S 1 D+JF	1 S D s/dde	2 Mazamet St Pons	Pratiquement pas de bus en été  Offre très limitée les we  Peu de possibilités de charger les vélos  Vélos seulement en soute
762	Castres-St Pons	11 L à V 1 L 1 Me 1V	6 L à V	6 L à V	Mazamet Labastide St Pons	Pas d'offre les week-ends.



Ligne	Destination	Nombre de bus			Chargement vélo	Commentaires
		Période scolaire	Vacances scolaires	Été		
761	Castres-Revel	13 L à V  1 L  2 Me  3 V  1LJ  3 S	13 L à V  3 S	8 L à V  3 S	Verdalle	Peu de possibilités de charger les vélos  Pas d'offre ni le dimanche, ni les jours fériés  Peu d'offre le samedi pendant les vacances
643	Béziers-Cessenon-Roquebrun	1 L à V  3 L à S (départ Roquebrun)  6 L à S (départ Cessenon)				Pas d'offre les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
644	Béziers-St Nazaire de Ladarez	1 L à V  3 L à S	1 L à V  1 LMJV  1 MS			Des lectures d'horaire très confuses
689	Béziers-Aigues-Vives-Olonzac	1 Me  1 LMJV  1 V	1 V	1 V		Une offre très limitée  Pas d'offre ni pour les dimanches ni pour les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
654	Béziers-St Pons-La Salvétat	Pour les directs :  1 L à S	Pour les directs :  1 L à S	Pour les directs :  1 L à S		Une offre très limitée  Pas d'offre ni pour les dimanches ni pour les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
655	Bédarieux-Hérépian-Lamalou-Faugères-Béziers	Jusqu'à Faugères :  1 L à S  1 L à V	Jusqu'à Faugères :  1 L à S	Jusqu'à Faugères :  1 L à S		Une offre très limitée  Pas d'offre ni pour les dimanches ni pour les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos

Ligne	Destination	Nombre de bus			Chargement vélo	Commentaires
		Période scolaire	Vacances scolaires	Été		
682	St Pons- Montpellier	1 L à S (cor)				Un seul direct avec une correspondance.  2h45 de trajet  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
682	St Pons - Bédarieux	3 L à S	3 L à S	2 D+JF		Permet éventuellement une connexion avec la gare de Bédarieux à partir de St Pons (puis Béziers, puis Montpellier)  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
685	St Pons- Montpellier	1 L à S 1 D+JF	1 L à S 1 D+JF	1 L à S 1 D+JF		2h45 pour faire le trajet. Ne peut pas être une alternative à la voiture
682	St Pons- Bédarieux- Montpellier	1 L à S	1 L à S	1 L à S		Une offre très limitée  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
663	Le Poujol- Montpellier	5 L à S 2 D+JF	5 L à S 2 D+JF	5 L à S 2 D+JF		Pourquoi un départ au Poujol ?  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
683	Bédarieux-La Tour-Joncels	3 L à S	3 L à S	3 L à S		Pas d'offre ni le dimanche ni les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
686	Bédarieux-St Gervais-St Geniès	2 LMJV 1 L à V	2 LMJV	2 LMJV		Pas d'offre ni le dimanche ni les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos

Ligne	Destination	Nombre de bus			Chargement vélo	Commentaires
		Période scolaire	Vacances scolaires	Été		
687	Bédarieux- Camplong- Graissessac	1 L à V  2 LMJV	2 LMJV	2 LMJV		Pas d'offre ni le dimanche ni les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
688	Bédarieux- Bousquet- Ceilhes	2 L à V	1 L à V	1 L à V		Offre limitée en période de vacances  Pas d'offre ni les week-ends ni les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
670	Pézenas- Neffiès	2 L à S	2 L à S	2 L à S		Pas d'offre ni le dimanche ni les jours fériés  Pas de précision sur la prise en charge des vélos
689.C	Romiguières- Lodève	1 S	1 MJS			Pas d'offre ni le dimanche ni les jours fériés
1354	Roqueredonde -Lodève	1 L à V  1 LMJV				Pas de précision sur la prise en charge des vélos

L : lundi

JF : jour férié

s/dde : sur demande

cor : correspondance