

2025 > 2030

La feuille de route du tourisme en Ariège



ARIÈGE PYRÉNÉES
Tourisme

Ariège PYRÉNÉES
le Département 09

Sommaire

Les chiffres clés du tourisme en Ariège

06

Des enjeux à l'image de la destination

12

La stratégie de la nouvelle feuille de route

18

Les enseignements du précédent schéma
La méthodologie de construction de la nouvelle feuille de route
Les grands enseignements du diagnostic
Les 4 axes stratégiques

Les fiches actions

24

Le planning prévisionnel

60

Le glossaire

62

**« Nous n'héritons
pas de la terre
de nos ancêtres,
nous l'empruntons
à nos enfants. »**

Antoine de Saint Exupéry



Christine Téqui
Présidente du Conseil
Départemental de l'Ariège



édito

«
Un tourisme
qui nous
ressemble
et un
territoire
qui nous
rassemble !



Promouvoir l'Ariège, c'est affirmer une ambition collective pour notre territoire.

L'Ariège, c'est un patrimoine naturel et culturel exceptionnel, une diversité de paysages et de savoir-faire, une ruralité vivante, et surtout, des acteurs engagés qui croient en l'avenir de notre département. Le tourisme est désormais un levier économique à part entière avec un chiffre d'affaires de plus de 200M€, pleinement compatible avec notre ruralité et soucieux du respect de notre environnement. Il contribue au développement local en valorisant les ressources et les savoir-faire de chaque territoire, en créant des emplois non délocalisables et de la richesse pour tous ceux qui investissent. De la plaine aux montagnes, du Couserans aux Portes de l'Ariège, chacun a une histoire à raconter, une identité à défendre et des atouts remarquables.

C'est dans cet esprit qu'a été élaborée cette nouvelle feuille de route touristique 2025-2030. Ce document reflète une Ariège qui avance, qui affirme ses priorités et trace le chemin pour les atteindre.

Face aux mutations climatiques, aux attentes sans cesse renouvelées des visiteurs, aux défis d'aménagement du territoire, nous avons fait le choix d'un tourisme pensé avec les habitants, pour les habitants, et en cohérence avec notre environnement et nos modes de vie. Un tourisme qui respecte nos ressources, renforce notre attractivité et met en valeur notre authenticité.

Cette feuille de route est le fruit d'un travail partagé, porté par le Département, avec l'appui de l'Agence de Développement Touristique et de tous les partenaires locaux. Elle fixe un cap clair, autour de quatre grands axes stratégiques, mais laisse aussi toute la place aux actions concrètes portées localement.

Je remercie toutes celles et tous ceux qui, chaque jour, font vivre le tourisme en Ariège : les professionnels, les bénévoles, les élus, et bien sûr les Ariégeois et les Ariégeoises. C'est votre engagement qui fait la force de cette destination : un tourisme qui nous ressemble et un territoire qui nous rassemble !



Michel Pichan

Président de l'Agence de Développement
Touristique Ariège Pyrénées

L'activité touristique est en mouvement permanent, soumise aux tendances des consommateurs, aux situations sociales, sanitaires et économiques.

Le tourisme est le deuxième levier de développement économique de l'Ariège après l'agriculture et produit un impact réel sur le territoire.

Nous devons donc être réactifs et poursuivre notre accompagnement et notre soutien à la filière touristique afin de la développer pour qu'elle continue à faire vivre nos territoires et nos entreprises, et donc les Ariégeois.

C'est pourquoi, dans le cadre de la révision du Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs, le Département et l'Agence de Développement Touristique en partenariat avec l'ensemble des acteurs, souhaitent créer les conditions favorables et fixer des objectifs communs pour :

- Consolider ensemble l'attractivité de l'Ariège, pour faire rayonner la destination
- Suivre le chemin d'un tourisme raisonné et responsable, et s'adapter aux enjeux et défis actuels et à venir
- Performer ensemble, et travailler en partenariat avec l'ensemble des acteurs
- Développer le « bien-vivre en Ariège », et préserver l'authenticité et la qualité de vie, tant pour les habitants que pour les visiteurs

Cette feuille de route à 5 ans est adaptée à la destination Ariège, mettant en lumière l'identité de notre territoire avec ses points forts et ses axes d'amélioration.

Les défis qui nous attendent ne pourront être relevés qu'ensemble, et c'est cette synergie entre nos richesses naturelles et nos richesses humaines qui feront la différence.

«
Les défis qui nous attendent ne pourront être relevés qu'ensemble.
»



LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN ARIÈGE EN 2024

6 333 000

de nuitées touristiques

75%

de nuitées françaises

25%

de nuitées étrangères

9 058 000

excursionnistes



161 541

lits touristiques
dont **19% de lits marchands**

3 740*

emplois touristiques
(salariés et non-salariés),
soit près de **10% de l'emploi
marchand total**
du département

Chiffres clés

Un patrimoine reconnu

2 Grands Sites Occitanie : Foix Montségur Cités Médiévales
/ Niaux Mas-d'Azil Pyrénées Préhistoriques

1 Pays d'Art et d'Histoire : le Pays des Pyrénées Cathares

1 candidature en cours « **Grand Site de France** » pour Montségur

6 grottes à visiter

1 village labellisé « Plus beaux villages de France » : Camon

1 village labellisé « Petites Cités de Caractère de France » : Saint-Lizier

Situés sur la Voie du Piémont Pyrénéen,

5 monuments de Saint-Lizier sont inscrits

sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco au titre

des « chemins de Saint-Jacques de Compostelle en France » :

les remparts gallo-romains du V^{ème} siècle, la cathédrale romane et son cloître,

le Palais des Evêques et sa cathédrale Notre-Dame de la Sède,

ainsi que l'église d'Audressein dans la vallée de la Bellongue.

Candidature UNESCO « Les Fortresses royales du Languedoc », en partenariat avec le Département de l'Aude, qui intègre le château de Montségur

Candidature UNESCO « La construction d'un état pyrénéen », en partenariat avec l'Andorre, qui intègre le château de Foix



Des sports de nature

5000 km de sentiers balisés

5 itinéraires de Grande Randonnée (GR)

3 espaces VTT labellisés FFC et **1** Grande Traversée VTT

12 itinéraires cycloportifs

Plus de **120** km de véloroute/voie verte

400 km de parcours praticables d'eaux vives



Des grands espaces naturels préservés

1 Parc Naturel Régional des Pyrénées Ariégeoises, 50% du département de l'Ariège

2 Réserves naturelles : St Barthélémy, Orlu

55 000 hectares de sites classés Natura 2000

Des stations de montagne

6 stations de ski

3 espaces nordiques



Des stations thermales

3 stations thermales

1 centre de thermoludisme

4 bases nautiques : Lacs de Mercus, Saverdun, Carla Bayle et Montbel



154 596

habitants

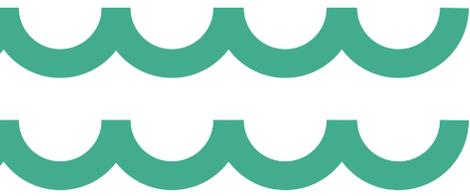


325 communes

8 communautés
de communes/d'agglomération

6 offices de tourisme





● TOULOUSE

CARCASSONNE ●



Espagne

Andorre

Parc Naturel Régional
des Pyrénées Ariégoises

Tunnel du Puymorens
Barcelone

DES ENJEUX À L'IMAGE DE LA DESTINATION

Une expérience immersive au cœur des Pyrénées

L'Ariège, aux portes de Toulouse et de l'Andorre, offre des paysages grandioses et de grands espaces. Entre plaines fertiles, piémont boisé et montagnes escarpées, ce territoire préservé nous invite à un voyage dans l'histoire et nous propose des expériences inoubliables au cœur de la nature et des traditions. L'Ariège, un territoire d'histoire où l'on remonte le temps jusqu'aux racines de l'humanité.

Après la Dordogne, l'Ariège est le département qui compte le plus de grottes préhistoriques. 14000 ans d'histoire à découvrir à travers les grottes ornées des derniers hommes du Paléolithique, l'histoire cathare, l'architecture médiévale sous toutes ses formes... Un patrimoine riche qui ne nous fait pas oublier le passé industriel de l'Ariège.

Autant de témoignages de ce passé illustre à retrouver à travers un tourisme à taille humaine, fondé sur la mise en valeur des paysages, du patrimoine naturel et bâti, sur la rencontre avec des habitants authentiques et chaleureux.

Département animé, où il fait bon vivre, terre d'authenticité et de traditions, fabuleux terrain de jeu pour les adeptes de nature et de sport, un territoire riche en contrastes, qui nous invite à renouer avec des choses simples et de bon goût, et où se dessinent les contours des plus belles échappées !



PAROLES DE VISITEURS



« Simplicité et authenticité dans cette région belle et sauvage. Randonnée ou ski, gastronomie généreuse, les hommes et les femmes sont chaleureux et accueillants. Les paysages sauvegardés, rudes, avec des montagnes abruptes vous offrent panoramas et cirques glaciaires de toute beauté. A découvrir ou à y revenir, on est toujours satisfait... »

« Région magnifique. Des paysages à couper le souffle. Des balades et randonnées accessibles, de la famille aux randonneurs aguerris. De l'eau, des lacs, des cascades, un patrimoine architectural et historique varié ... Vous ne pouvez qu'y revenir encore et encore. »

« Les gens sont charmants, agréables, accueillants. Ils ont le sens de la liberté de croire et de penser...tout ça avec beaucoup d'humilité. Il y a une quiétude. Il y a un joli passé. Je me suis intéressé au Catharisme et à l'Occitanie. Je me suis plongé dans l'histoire, ce qui m'a permis de comprendre l'esprit. »



« C'est un coin de repos, un vrai lieu de quiétude. Dans un monde de tourbillon dans lequel on vit, de bousculement, de difficultés, c'est un lieu de ressourcement. J'ai besoin de prendre du temps, penser à la vie, c'est un endroit où on peut le faire. »

« Les ariègeois ont le souci et cette envie de préserver leur authenticité. C'est un peu comme en Corse, les gens veulent préserver leur environnement, leur patrimoine naturel. »

« L'Ariège, c'est la nature brute : montagnes, rivières, forêts et silence. Parfait pour décrocher, randonner, ou simplement respirer ».

Les valeurs

QUELS SONT LES TRAITS IDENTITAIRES DE LA DESTINATION ?

Le département s'impose comme un refuge, une terre préservée, un environnement unique transcendé par des valeurs fortes.

AUTHENTIQUE

histoire, patrimoine, savoir-faire, traditions, caractère

SINCÈRE

convivialité, partage, vivante, humaine, généreuse

LIBRE

grands espaces, ressourcement, bien-être, sport et nature, indépendante d'esprit

Les marqueurs

Comment se distingue la destination et quels sont les éléments différenciateurs ? Terre d'histoire et de caractère, certains éléments incarnent son identité profonde.

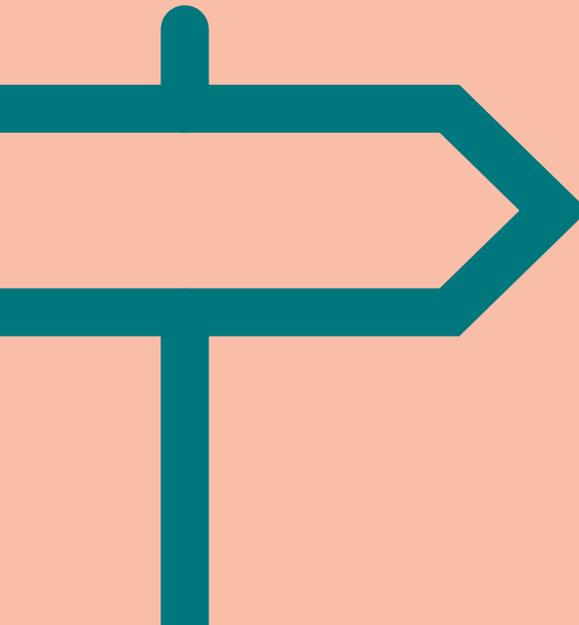
Les Pyrénées : phare naturel qui a façonné un territoire de montagne, de piémont et de plaine.

Le cadre naturel : préservé et propice au ressourcement et aux activités de pleine nature.

L'histoire et le patrimoine naturel et bâti : un patrimoine préhistorique et historique exceptionnels dans un écrin naturel de qualité.

Le thermalisme et le bien-être : eaux bienfaitantes et territoire prédisposé à la détente.

L'agriculture et le pastoralisme : avec la pratique de la transhumance dont la tradition se perpétue.



Atouts et points de vigilance

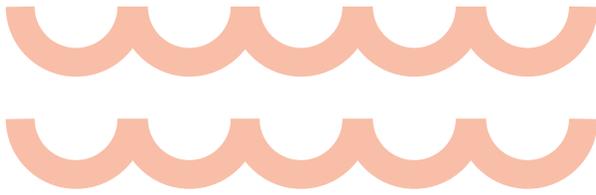
L'Ariège est une destination aux multiples forces et atouts. Identifier ses freins et faiblesses permettra de répondre aux nouveaux défis à relever.

1. Une destination encore trop confidentielle mais qui suscite des coups de cœur

- Un territoire rural avec une forte culture montagnarde, adossé aux Pyrénées
- Une destination parfois difficile à situer géographiquement
- Un territoire qui a beaucoup et largement compté sur sa composante montagne. Bien qu'incontournable, il convient probablement d'avoir une approche plus globalisante du tourisme dans une vision 4 saisons, en particulier en valorisant la partie « campagne » du territoire

2. Une image positive malgré quelques faiblesses

- La qualité de l'environnement comme domaine d'excellence : beauté des paysages, qualité de l'air...
- Des atouts patrimoniaux
- Un contexte de visite jugé agréable : qualité de l'accueil, sentiment de sécurité, gestion des flux...
- Des facettes moins concurrentielles à améliorer : les transports, la mise en valeur de la richesse de l'offre culturelle et du patrimoine, le manque de mise en valeur de la cuisine locale, la qualité de l'urbanisation/architecture



3. Une offre d'hébergement en bonne voie qui doit poursuivre sa mutation

- +** › Une offre qui se professionnalise et qui monte en qualité
 - › Des projets d'envergure en cours de développement
 - › Une bonne performance de la filière Hôtellerie de Plein Air
- › Une offre d'hébergement « classique » qui manque de moteurs d'innovation et d'expériences spécifiques
 - › Peu d'opérateurs privés importants ayant une force de frappe en matière de communication et de commercialisation
 - › Une partie des hébergements collectifs qui reste à rénover et à qualifier

4. Une culture touristique qui progresse

- +** › des habitants favorables à la croissance touristique, fiers d'accueillir les visiteurs sur leur territoire
- › Des stratégies de développement touristique peu visibles au niveau des EPCI mais des projets de territoire qui intègrent la filière tourisme
 - › Une culture « tourisme » des élus à renforcer

5. Un territoire en transition

- +** › Une majorité d'acteurs touristiques qui se disent engagés dans une démarche de tourisme responsable
 - › Une transition des stations de ski engagée vers des stations de montagne
- › Peu d'entreprises disposant d'un label écotouristique

6. Des mobilités alternatives au cœur des attentes et des projets

- +** › Une situation géographique qui offre une proximité avec l'agglomération toulousaine, l'Andorre et l'Espagne
 - › Un consensus habitants/socio-professionnels/élus : les mobilités/déplacements sur le territoire perçus comme le principal frein au développement touristique
 - › L'itinérance et la mobilité, des considérations présentes dans tous les projets de territoire
- › Un sujet encore mal cerné et peu approprié par les socio-professionnels
 - › Territoire accessible mais un maillage en mobilités infra-départementales peu structuré et où la voiture reste nécessaire

7. Une offre riche à développer et des filières à structurer

- +** › Une offre riche et variée en termes de visites et d'événements avec des filières « signatures » qui structurent la vie socio-économique des vallées
 - › Une offre de visites patrimoniales diversifiée allant de la Préhistoire à nos jours, avec des labels et process de labellisation en cours
 - › Une offre événementielle également riche et diversifiée : sportive, culturelle, festive, traditionnelle
 - › Un territoire taillé pour les activités de pleine nature
 - › Un territoire où il fait bon vivre et engagé dans la valorisation des circuits courts
- › Des stations thermales dont l'offre doit mieux se structurer
 - › Un calendrier évènementiel concentré dans le temps
 - › Une offre randonnée à structurer
 - › Un secteur restauration à qualifier et dynamiser
 - › Des productions locales et des savoir-faire sur lesquels capitaliser

Enjeux et ambitions

RÉPONDRE À PLUSIEURS OBJECTIFS

› Un objectif économique :

- Accompagner la transition durable des filières et des zones à forte visibilité touristique tout en encourageant le développement des territoires en devenant touristique dans un objectif de retombées et de performances économiques
- Renforcer les offres d'expérience globale, autour des savoir-faire, des patrimoines, du bien-être, des activités nature...

› Un objectif environnemental :

- Positionner le territoire de l'Ariège comme une destination de tourisme vert et durable, respectueuse des espaces et de ses habitants
- Encourager les modèles décarbonés, les mobilités douces et l'itinérance pour la pratique des activités touristiques

› Un objectif sociétal et social :

- Le développement touristique devra être au service des entreprises, des salariés et des habitants à travers : des retombées économiques équilibrées dans le temps et l'espace, la valorisation du cadre de vie, des visites et le développement d'offres adaptées à tous. Nous devons miser sur l'innovation pour développer une politique active de renouvellement des offres touristiques

ASSEOIR ET CONSOLIDER DES FILIÈRES SIGNATURES

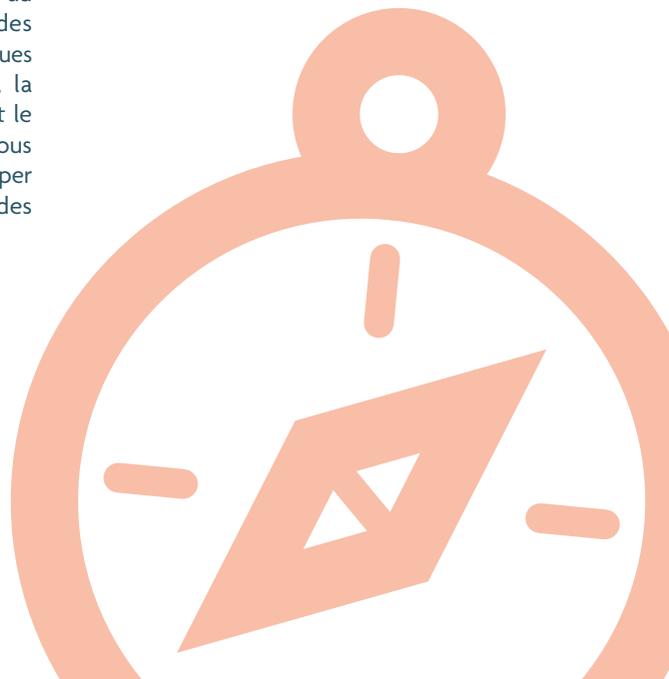
- › « Bien-être » et tourisme de santé
- › Montagne et stations « 4 saisons »

PRIORISER LES AUTRES FILIÈRES

- › Pastoralisme, agritourisme, savoir-faire
- › Patrimoine et culture
- › Activités de pleine nature

METTRE L'HABITANT AU CŒUR DE LA DÉMARCHE

- › Sensibiliser et porter à connaissance pour que l'habitant devienne un vrai ambassadeur de la destination
- › Développer le sentiment de fierté des habitants en mettant en avant les atouts et spécificités



Les enjeux touristiques pour l'Ariège

Vers un modèle de développement
qui place la durabilité comme fondement de la démarche

Des enjeux
de positionnement
et de promotion

Des enjeux
d'adaptation
des offres

Des enjeux
de gouvernance

Des enjeux transverses en termes d'aménagements,
d'embellissements, de mobilités



LA STRATÉGIE DE LA NOUVELLE FEUILLE DE ROUTE

Les enseignements du précédent schéma

LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE, EN ROUTE VERS 2020

La feuille de route du tourisme ariégeois, adoptée à la fin de l'année 2012, s'articulait autour de 5 axes stratégiques de développement :

- Faire vivre le tourisme au cœur des ariégeois
- Bien accueillir nos clients en Ariège
- Magnifier l'Ariège
- Aller vers l'excellence de l'offre
- Aller vers l'excellence commerciale

Ces objectifs ont permis de mettre les clientèles au centre des préoccupations et d'amorcer un décloisonnement des actions en faveur du développement touristique. Ce schéma comprenait 18 actions et 60 opérations dont 70% ont été totalement mises en œuvre.

RETOUR SUR QUELQUES ACTIONS PHARES

› Accompagner la professionnalisation des acteurs touristiques

Accompagnements individualisés des porteurs de projet avec, dès 2013, la conception du « Catalogue des RDV pros », un programme annuel d'une vingtaine d'ateliers, conférences, formations et journées découverte.

2 930 participations en 12 ans
244 participations par an en moyenne

› Renforcer l'observation touristique

L'observatoire du tourisme de l'ADT s'est doté de nombreux dispositifs pour mieux cerner le fait touristique (Fluxvision, Lighthouse, FairGuest...). Ces publications sont accessibles sur l'espace pro rubrique « Chiffres et données » :

www.pro-ariegepyrenees.com.

Un groupe de travail avec les offices de tourisme a été créé pour renforcer les collaborations. Trois études d'envergure ont été menées : les clientèles des activités outdoor (2017), la connaissance des clientèles touristiques (2017-2018), la perception du tourisme par les résidents de l'Ariège (2021).



› **Œuvrer à l'amélioration de l'offre en hébergement et optimiser sa rentabilité**

Plus de 6M€ d'aides départementales attribuées par le Conseil Départemental pour la création et la modernisation d'hébergements touristiques entre 2013 et 2021, concernant :

210 projets et plus
de **40M€** d'investissements

› **Organiser et animer la « Place de Marché » Destination Ariège**

- 337 structures présentes sur la place de marché
- 999 277 € générés
- 19% des réservations sont faites via les sites institutionnels (Données 2024)

DES ÉVOLUTIONS MAJEURES

Depuis la validation du schéma précédent, de nombreuses mutations sont venues transformer l'écosystème touristique.

› **Au niveau global, le dérèglement climatique qui s'accélère.**

› **A l'échelon national :**

- La loi NOTRE et ses conséquences en matière d'organisation territoriale et de répartition des compétences,
- la crise sanitaire liée à la COVID 19 qui a fragilisé les entreprises touristiques et entraîné des modifications tant dans le comportement que dans les attentes de la clientèle touristique.

› **A l'échelon local :**

- la structuration des 8 EPCI et le développement de l'ingénierie de projet notamment touristique au sein de ceux-ci,
- le processus de fusion des offices de tourisme qui s'est accéléré pour aboutir à un réseau comprenant 6 structures,
- la fermeture de la centrale départementale de réservation et le lancement d'une «Place de Marché» de la destination Ariège Pyrénées,
- l'émergence d'un nouveau positionnement pour le territoire, matérialisé par la signature « Ariège Pyrénées, libres comme l'air » et sa déclinaison en matière de campagne de communication.

La méthodologie de construction de la nouvelle feuille de route

PHASE 1

ÉTAT DES LIEUX ET DIAGNOSTIC TOURISTIQUE

Cette étape a permis de recueillir les visions et les attentes des acteurs. Le bilan et l'état des lieux se sont appuyés sur les travaux réalisés par les équipes de l'ADT et du Conseil Départemental et ont laissé une large place aux dispositifs de concertation :

- Une vingtaine d'entretiens ont été menés auprès des socio-professionnels du tourisme, des acteurs du département (élus, techniciens) et des partenaires institutionnels
- 3 enquêtes en ligne ont été réalisées : à destination des habitants (708 réponses), des socio-professionnels (221 réponses), des élus (68 réponses)
- 1 atelier avec les EPCI du territoire a réuni 30 participants sur deux temps de travail
- Soit près de 1 050 contributions

PHASE 2

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES PARTAGÉES

Cette deuxième étape a permis l'écriture du plan d'actions composé de 4 axes stratégiques touristiques grâce à une démarche participative construite autour de séminaires et d'ateliers.

L'objectif étant de réévaluer la stratégie de développement touristique : l'identité, le positionnement, les filières et clientèles cibles, les leviers, les axes stratégiques et objectifs opérationnels.

PHASE 3

ÉLABORATION D'UN PLAN D' ACTIONS DÉTAILLÉ ET OPÉRATIONNEL

Cette dernière étape a permis l'écriture du plan d'actions composé de 9 objectifs opérationnels et 25 fiches actions.

Toutes ces phases ont été accompagnées de réunions de travail et de présentation, validées par les membres du COTECH et du COPIL.



Les grands enseignements du diagnostic



Une destination qui peut aujourd'hui capitaliser sur l'attractivité et la qualité de son patrimoine naturel, en accord avec les nouvelles aspirations et attentes des clientèles : un devoir d'exemplarité, d'innovation.

Des filières « signatures » qui structurent la vie socio-économique des vallées : thermalisme, sports d'hiver...

Les prémices d'un étalement des flux dans le temps et dans l'espace : vers une meilleure répartition des retombées économiques à poursuivre.

Une dynamique positive engagée au travers du précédent schéma de développement touristique dont les enjeux non aboutis sont à reconduire ou challenger : magnifier l'Ariège, diffuser l'information, etc.



Une destination encore trop confidentielle, en manque de notoriété et mal identifiée : une faiblesse de positionnement à tourner en avantage.

Des filières piliers de l'économie touristique aujourd'hui confrontées à de nombreux défis d'attractivité, de qualification et de réchauffement climatique.

Un territoire largement pratiqué en voiture par les clientèles et un maillage des mobilités incomplet (forte disparité selon les territoires).

La nécessité de donner de la lisibilité, de la clarté dans l'organisation institutionnelle du tourisme avec davantage de mutualisation.



Les axes stratégiques pour répondre aux nouveaux défis



ATTRACTIVITÉ

Consolider collectivement l'attractivité de l'Ariège pour mieux **rayonner**.

OBJECTIFS

1. Faire évoluer l'identité de la destination et la partager
2. Faire le pari de l'événementiel pour développer la notoriété du territoire



DÉVELOPPEMENT

Soutenir l'économie touristique Ariégeoise en accord avec les nouveaux défis d'un tourisme responsable pour **durer**.

OBJECTIFS

3. Sécuriser les fondamentaux et garantir la qualité de l'expérience touristique
4. Accompagner la mise en tourisme des filières prioritaires et signature



EFFICACITÉ

Mettre en place une gouvernance collective et efficiente pour **performer ensemble**.

OBJECTIFS

5. Clarifier la gouvernance et favoriser la collaboration entre les acteurs à tous les niveaux
6. Rendre plus efficaces les actions d'accompagnement et les missions d'ingénierie à l'échelle départementale
7. Faire monter en compétence l'ensemble de l'écosystème



INTÉGRATION

Fédérer pour faire du tourisme un levier pour le développement du «bien vivre en Ariège».

OBJECTIFS

8. Faire des habitants des acteurs du développement touristique ariégeois
9. Partager une vision commune de l'aménagement du territoire

ATTRACTIVITÉ

Consolider collectivement l'attractivité de l'Ariège pour mieux rayonner



De nombreux atouts patrimoniaux et une nature préservée



L'Ariège est incontestablement dotée de nombreux atouts patrimoniaux et d'une nature préservée qui constitue une des principales motivations de découverte.

Territoire encore préservé d'un développement touristique massif, cela constitue une opportunité pour un nouveau modèle de tourisme. La destination n'en reste pas moins encore mal identifiée et se doit encore de travailler son image et sa notoriété pour répondre à des enjeux de positionnement et de promotion.

Le territoire coche les cases des nouvelles attentes des consommateurs, et l'offre événementielle diversifiée constitue un atout d'attractivité, mais elle reste concentrée et nécessite d'être structurée.

Pour renforcer l'attractivité de l'Ariège, il s'agira ici :

- de travailler à la définition d'une stratégie globale et partagée avec l'ensemble des acteurs engagés dans le rayonnement du territoire,
- de partager l'identité de la destination et de la décliner dans nos stratégies de communication,
- d'améliorer la mise en marché de l'offre touristique,
- de s'appuyer sur une offre événementielle plus structurée et mieux répartie pour en faire une véritable source de notoriété et de fréquentation.



Faire converger la stratégie d'attractivité départementale avec la stratégie de la destination touristique

L'Ariège bénéficie de nombreux atouts et doit capitaliser sur ce qui définit son potentiel et donc son attractivité en misant sur tous ses marqueurs identitaires : un territoire vrai, authentique, doté de grands espaces, d'une culture de l'hospitalité, et d'un riche patrimoine.

Différents acteurs travaillent à l'attractivité de la destination sous toutes ses formes, afin de renforcer sa notoriété et son image.

Une dynamique territoriale permettrait de renforcer ce travail et coordonner une stratégie afin de diffuser un message commun. Cette dynamique nécessite de s'interroger sur la perception et l'image de l'Ariège, d'ouvrir la réflexion, de décloisonner pour travailler une attractivité territoriale globale : touristique, économique, résidentielle, et parler d'une même voix pour une image unifiée.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
AAA, ADT,
Chambres
consulaires
PNR, Agence
des Pyrénées,
OT, EPCI, ISTHIA

Actions opérationnelles

1. Réaliser une étude sur l'image de l'Ariège et la perception de son identité par les ariégeois, les clients et les non-clients et s'assurer de l'appropriation des résultats auprès de tous les acteurs
2. Recenser les stratégies actuelles visant l'attractivité du territoire déployées par les différents acteurs et en identifier les points de convergence
3. Créer un événement annuel afin de renforcer la dynamique collective et faire du lien entre les acteurs
4. Mobiliser le CESEA pour contribuer à définir le portrait identitaire du territoire

→ Objectifs

- Faire rayonner le territoire ariégeois, renforcer sa notoriété et son attractivité
- Miser sur les facteurs identitaires pour en faire une destination différenciante
- Enclencher une démarche collective afin de partager une vision et une identité territoriale

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Renforcement du travail collectif
- Réalisation de l'étude et du portrait identitaire de la destination
- Formalisation d'un message commun
- Installation d'un événement annuel

Bâtir collectivement une nouvelle feuille de route marketing

Différents opérateurs communiquent individuellement sur leur établissement ou leur territoire contribuant ainsi à la promotion de l'Ariège. Un besoin de convergence dans les stratégies marketing de uns et des autres a été identifié pour davantage d'efficacité.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
CD, OT, AAA, PNR, Socioprofessionnels
et leurs représentants

Actions opérationnelles

1. Créer un groupe de travail réunissant l'ensemble des opérateurs marketing pour construire une stratégie coordonnée : vision, objectifs, moyens, cibles, marchés, axes prioritaires. Cette action s'appuiera sur le travail de la fiche action 1.1, sur la définition des filières signatures et les résultats de l'étude clientèle (cf. fiche action 3.4)
2. Définir une méthodologie pour optimiser nos plans d'actions au sein de ce groupe de travail et mettre en place des outils d'analyse de la performance du faire ensemble
3. Adapter la stratégie de communication de l'ADT: message, signature en lien avec la nouvelle stratégie marketing

→ Objectifs

- Co-construire une feuille de route marketing qui sert la stratégie de la destination, les intérêts collectifs
- Permettre de décliner une feuille de route individuelle pour les partenaires, à partir de la stratégie collective

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Ecriture de la stratégie marketing et actualisation des personae
- Déclinaison de la stratégie de communication de l'ADT au travers d'un plan d'actions à 3 ans
- Mise en place d'une méthodologie du « faire-ensemble »



Amplifier la mise en marché de la destination

Une nouvelle stratégie de mise en marché de la destination a été engagée en 2018 par le réseau ADT/OT/SAVASEM avec la création d'une «Place de Marché départementale». L'objectif principal était d'accompagner les acteurs du tourisme vers une autonomie en matière de commercialisation sur le web auprès des clientèles individuelles, pour les professionnaliser et pour que la destination Ariège gagne en visibilité sur le marché national de la vente en ligne. Aujourd'hui, il est nécessaire de revisiter cette stratégie au regard des besoins des acteurs et des évolutions du marché. Côté clientèle groupe, chaque acteur (ADT/OT/SESTA/agences réceptives...) est vendeur et non apporteur d'affaires auprès des socio professionnels sans qu'il y ait de réelle stratégie partagée. L'enjeu est donc de travailler à sa définition.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
OT, SESTA,
SAVASEM,
stagiaires
formation-action
avec l'Agence
de Pyrénées

Actions opérationnelles

1. Construire l'acte 2 de la « Place de Marché » : établir l'état des lieux et l'analyse de l'acte 1 (2018-2024) au regard des besoins des socio professionnels, des OGD et du marché actuel. Définir une stratégie et un plan d'actions à 3 ans
2. Réaliser un diagnostic des opérateurs vendeurs de la destination clientèles groupes et individuelles
3. Développer l'Ariège comme une destination de tourisme d'affaires : Création et animation d'un « club affaires », élaboration d'un plan d'actions triennal et d'une méthode de travail pour fluidifier la coopération entre les acteurs (OGD, réceptifs, socio professionnels)

→ Objectifs

- Fédérer pour assurer la compétitivité dans la distribution de la destination
- Définir la stratégie de commercialisation de la destination, tous opérateurs confondus

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Définition de la stratégie et plan d'actions « Place de Marché » à 3 ans
- Augmentation de la part de l'offre ariégeoise commercialisée en ligne (individuelle)
- Augmentation du volume d'affaires de la destination sur l'offre séminaire sur la période 2025-2030

Favoriser l'essor des événements existants

Spectacles historiques, concerts, festivals, événements sportifs, fêtes populaires... L'Ariège est une terre qui vit, qui crée, qui ose, au rythme de plus de 1 000 manifestations tout au long de l'année. Cette multiplicité d'événements nécessite néanmoins une meilleure structuration. Au travers notamment du Schéma départemental des sports et du futur Schéma départemental de la culture, l'enjeu est d'accompagner les organisateurs de manifestations vers une montée en qualité de leurs événements en particulier en termes de communication et d'éco-responsabilité. Depuis 2024, le PETR de l'Ariège anime une démarche sur l'événementiel en transition comme marqueur de la capacité de nos territoires à s'adapter aux changements environnementaux et sociaux.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, OT,
structures
organisatrices,
PETR Ariège,
AAA, communes

Actions opérationnelles

1. Établir et partager un état des lieux de tous les événements existants (sportifs et culturels / subventionnés et non subventionnés)
2. Structurer un dispositif d'accompagnement des organisateurs : sur la communication, l'accueil, l'éco-responsabilité... Tendre vers l'édition d'un guide de l'organisateur
3. Soutenir l'éco-responsabilité des manifestations, en lien avec les démarches initiées au niveau local et régional
4. Etablir une méthodologie afin de mieux se préparer à l'accueil de compétitions sportives nationales et internationales dans l'objectif de générer davantage de retombées sur le territoire au-delà de l'événement

→ Objectifs

- Renforcer la notoriété de l'Ariège
- Accroître les retombées économiques et sociales des manifestations culturelles et sportives
- Faire de l'Ariège un département exemplaire en matière d'événements durables

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Amélioration de la qualité des événements
- Augmentation du nombre de manifestations engagées dans une démarche écoresponsable
- Diffusion de l'état des lieux des événements
- Nombre d'associations bénéficiant du dispositif d'accompagnement

Faire le pari de l'événementiel pour développer la notoriété du territoire

OBJECTIF 2

Encourager le développement des événements favorisant la fréquentation du territoire hors période estivale

L'Ariège propose une offre riche en événements culturels et sportifs, mais principalement concentrée en été.

L'enjeu est de diversifier et développer les manifestations tout au long de l'année, pour renforcer leur attractivité hors saison.

Ces événements, porteurs de l'identité ariégeoise, doivent aussi valoriser les traditions et savoir-faire locaux afin de devenir de véritables leviers touristiques et identitaires pour le territoire.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, OT,
structures
organisatrices,
communes

Actions opérationnelles

1. Rééquilibrer la répartition des événements dans l'année par un soutien modulé, l'accompagnement des porteurs de projets, une communication ciblée en basse saison.
2. Développer des événements thématiques collectifs valorisant l'identité du territoire (Transhumances, Préhistoire, ciel étoilé, gastronomie...) avec des rendez-vous saisonniers emblématiques
3. Créer des synergies entre patrimoine et événements culturels
Associer traditions, savoir-faire et produits locaux à des manifestations culturelles ou sportives
4. Proposer une valorisation immersive et ludique du patrimoine
Activités originales (visites hors saison, géocaching, festivals de reconstitutions, ateliers, arts vivants...)
5. Lancer une Biennale culturelle et patrimoniale
Un événement phare tous les deux ans mêlant arts et patrimoine autour des récits et figures ariégeoises

→ Objectifs

- Favoriser une meilleure répartition des événements sur toute l'année
- Accroître la notoriété du département
- Valoriser les savoir-faire et les traditions de l'Ariège à travers ses événements
- S'appuyer sur les éléments du patrimoine ariégeois peu accessibles ou peu connus

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Augmentation du nombre d'événements hors période estivale
- Augmentation de la fréquentation des événements hors période estivale
- Renforcement de l'attractivité de l'Ariège
- Valorisation des patrimoines ariégeois, matériel et immatériel, à travers l'offre d'animations

DÉVELOPPEMENT

Soutenir l'économie touristique ariégeoise en accord avec les nouveaux défis d'un tourisme responsable pour durer

<<
 Préparer
 l'avenir
 de notre
 territoire
 >>

Le schéma constitue une réponse aux nouveaux enjeux que doit relever le secteur du tourisme, notamment en termes d'innovation, de transition numérique, écologique et sociale, pour favoriser un tourisme responsable.

L'Ariège, territoire préservé, dispose de nombreux atouts pour répondre aux attentes des clientèles que ce soit en termes de paysages, d'activités, de patrimoine, d'hébergements... Pour autant, la filière du tourisme doit se placer dans une démarche d'amélioration continue dans un contexte en perpétuelle évolution.

Il s'agira donc ici de soutenir et accompagner l'économie touristique ariégeoise dans cette démarche d'amélioration, de transition et d'adaptation : soutenir l'économie touristique passe par l'accompagnement des acteurs, le développement des services, mais aussi par le soutien aux différentes filières de l'offre touristique ariégeoise.

Toutes ces filières attractives pour les visiteurs doivent être le moteur de l'économie touristique ariégeoise et une source de revenus pour les ariégeois.



Accompagner l'ensemble des acteurs du tourisme dans une démarche de transition

L'Ariège a la particularité d'être préservée d'un développement touristique massif, ce qui constitue une opportunité pour prendre le virage d'un modèle de tourisme maîtrisé et responsable. Si 77% de professionnels du tourisme ariégeois* se disent « plutôt à fortement » engagés dans une démarche de tourisme responsable, ils sont très peu à avoir structuré leurs actions ou à être labellisés. Il est désormais impératif d'engager l'ensemble de l'écosystème vers une dynamique globale de transition.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES : ADT, SESTA, offices de tourisme, Programme Avenir Montagne, PNR des Pyrénées Ariégeoises, EPCI, PETR Ariège, CAUE, Chambres Consulaires, CRTL, ISTHIA, ADEME, ADN Tourisme, ALEDA

Actions opérationnelles

1. Engager le SESTA et l'ADT dans une démarche RSE et partager les travaux menés sous la forme de retours d'expériences auprès des acteurs touristiques ariégeois
2. S'accorder sur les ambitions d'une démarche de transition pour l'Ariège et identifier les outils et les modalités d'accompagnement spécifiques à cette thématique au travers d'un groupe de travail dédié et les mettre en oeuvre
3. Faire évoluer les critères d'intervention en faveur de projets touristiques pour les adapter aux objectifs de la nouvelle stratégie, favorisant ainsi l'engagement des acteurs dans une démarche de transition
4. Accompagner les acteurs (publics ou privés) en matière d'aménagement et d'intégration paysagère, en lien avec les services urbanisme des EPCI, le SDIAU et le CAUE

→ Objectifs

- Devenir une destination touristique engagée pour un développement durable et responsable
- Renforcer les capacités de résilience des entreprises et du territoire
- Piloter efficacement la transition de la destination

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Formalisation d'une démarche RSE au sein de l'ADT et du SESTA
- Elaboration d'un dispositif d'accompagnement des acteurs sur la transition
- Développement du nombre d'entreprises sensibilisées au tourisme durable
- Augmentation du nombre d'entreprises engagées ou labellisées

* donnée issue des réponses au questionnaire auprès des professionnels du tourisme ariégeois administré dans la phase 1 de la révision du SDTL

Favoriser la montée en gamme, l'adaptation et la qualification de l'offre en hébergement touristique

L'hébergement touristique est un élément déterminant dans le choix de son séjour de vacances. De nombreuses actions ont été mises en place ces dernières années impactant favorablement l'offre du territoire. Néanmoins, l'étude menée au niveau départemental en 2022-2023 sur les hébergements touristiques a dressé un diagnostic et préconisé des actions d'amélioration autour de la qualification, la transition et la performance économique. Ainsi, elle a mis en évidence les enjeux globaux à relever dans ce domaine mais aussi les filières les plus en difficulté. Les actions à mettre en place préconisées par cette étude sont intégrées dans le cadre du schéma pour une mise en oeuvre dans une dynamique partenariale.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, CCI,
Chambre
d'Agriculture,
AAA, Réseaux
et syndicats
professionnels,
OT, EPCI, PNR,
CAUE

Actions opérationnelles

1. Mettre en oeuvre les actions d'accompagnement préconisées par l'étude "hébergements touristiques" menée en 2022-2023, notamment en termes d'accompagnement des porteurs de projet, de formations, de sensibilisation aux démarches de labellisation
2. Définir un plan de soutien pour la filière hôtellerie
3. Informer et sensibiliser les hébergements aux enjeux et à la réglementation de la rénovation thermique

→ Objectifs

- Améliorer la qualité, le positionnement des hébergements, les rendre plus visibles notamment via les labellisations thématiques et environnementales
- Accroître la professionnalisation des prestataires
- Améliorer la performance économique des établissements
- Améliorer la performance énergétique des hébergements, et plus généralement renforcer la responsabilité sociale et environnementale des structures d'hébergement

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Mise en place d'actions d'accompagnement et de formation
- Définition d'un plan d'actions de soutien à l'hôtellerie
- Augmentation du nombre d'hébergements engagés dans une démarche de labellisation
- Progression des taux d'occupation des établissements accompagnés

Sécuriser les fondamentaux et garantir la qualité de l'expérience touristique

OBJECTIF 3

Initier une réflexion favorisant un accueil plus inclusif

Un tourisme inclusif valorise une destination touristique accessible pour tous, résidents permanents comme temporaires. L'Ariège dispose de nombreuses structures d'hébergement dites "de tourisme social" (centres de vacances, villages de vacances...), une offre hétérogène, peu structurée et qui doit faire face à de nombreux défis (mises aux normes, rénovation, évolution produits, rénovation énergétique...). L'offre d'activités et de loisirs accessible est quant à elle aujourd'hui peu identifiée et peu développée.

S'engager dans une démarche d'accueil plus inclusif constitue une opportunité pour l'Ariège, en ciblant les jeunes mais aussi les populations aujourd'hui éloignées des pratiques touristiques. A noter que l'offre "Préhistoire" du SESTA fait l'objet d'un projet pilote de sites inclusifs qui servira d'exemple dans la mise en oeuvre de cette démarche.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, UNAT, APF,
gestionnaires
de structures
d'hébergements
du tourisme
social,
prestataires
d'activités

Actions opérationnelles

1. Définir les contours d'une offre de tourisme inclusive et réaliser un état des lieux des structures concernées
2. Réaliser un diagnostic des établissements de tourisme social et solidaire et identifier les besoins en termes d'investissements ou d'accompagnement
3. Sensibiliser les acteurs publics et privés aux démarches inclusives : formation, information, échanges des bonnes pratiques, etc...

→ Objectifs

- Favoriser une accessibilité et une intégration de tous à la pratique du tourisme
- Améliorer la connaissance de l'offre touristique sociale et solidaire et de ses besoins
- Mettre en réseau les acteurs du tourisme social et solidaire et échanger sur les bonnes pratiques

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Amélioration de la connaissance de l'offre accessible et des pratiques existantes sur le territoire
- Amélioration des infrastructures d'accueil, notamment hébergements



Renforcer le développement des mobilités douces et multimodales

L'offre de transport en commun ou de mobilités douces reste peu développée en Ariège. De plus, même quand les offres s'étoffent, l'information se diffuse difficilement, d'autant qu'il y a des disparités en fonction des bassins de vie.

Pourtant, aujourd'hui les mobilités douces constituent une motivation pour les visiteurs, et l'offre de mobilité durable disponible sur le territoire compte nécessairement au moment du choix de la destination.

Favoriser le développement des mobilités douces passe par différentes actions comme encourager le covoiturage et l'auto-partage, faciliter l'usage des transports en commun, créer des conditions favorables à l'utilisation du vélo, créer des espaces de mobilité dédiés... L'échelon départemental aux côtés des acteurs locaux et régionaux peut faciliter les mobilités touristiques et proposer des offres d'activités et de loisirs accessibles en mobilités douces.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, autorités
organisatrices
des transports,
EPCI, OT,
communes, PÉTR
de l'Ariège, Etat,
Préfecture, DDT,
Commissariat
de massif

Actions opérationnelles

1. Réaliser un état des lieux de l'offre mobilités utiles notamment aux résidents temporaires
2. Déployer un dispositif d'information ou une plateforme dédiée aux mobilités
3. Encourager et promouvoir les initiatives (offres, évènements, séjours...) s'appuyant sur les mobilités alternatives à la voiture
4. Développer le label Accueil Vélo dans les établissements ouverts au public
5. S'inscrire dans la démarche d'expérimentation portée par la Région sur les mobilités alternatives à la voiture autour des GSO
6. Poursuivre la politique départementale « mobilités actives » notamment en apportant un appui financier et technique aux collectivités dans leurs projets d'aménagements d'itinéraires

→ Objectifs

- Affirmer une ambition collective dans le domaine des mobilités, en résonance avec les transitions environnementales et sociétales engagées par ailleurs
- Proposer une offre de services de déplacements alternatifs à la voiture
- Garantir une visibilité accrue pour l'offre en mobilité douce déjà existante

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Meilleure visibilité de l'offre de mobilités sur le territoire
- Développement de l'offre de mobilités douces et de l'offre de services liés à ces mobilités
- Augmentation des initiatives s'appuyant sur les mobilités alternatives à la voiture

Faire du patrimoine un marqueur d'identité de la destination

Le département de l'Ariège possède un patrimoine riche et distinctif, structuré autour de trois thématiques identitaires :

- **La Préhistoire**, avec des sites à moderniser
- **Le Moyen Âge**, avec des offres existantes à mieux regrouper
- **Le patrimoine industriel**, encore limité mais prometteur.

Ce patrimoine constitue un atout fort pour différencier la destination Ariège. Pour le valoriser, il est nécessaire de mieux structurer l'offre, d'en améliorer la qualité, de la rendre plus visible, tout en mettant l'humain au centre du projet.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
association CARP,
EPCI, Région,
acteurs de la
valorisation
du patrimoine,
ADT, OT

Actions opérationnelles

1. Soutenir les initiatives de valorisation du patrimoine, notamment les démarches UNESCO, Grand Site, Pays d'Art et d'Histoire
2. Encourager les territoires disposant d'une richesse patrimoniale (notamment les trois thématiques identifiées) à développer leur offre
3. Renforcer l'offre « Préhistoire » en Ariège :
 - . Investir dans les sites gérés par le Département selon le projet SESTA 2024
 - . S'appuyer sur les travaux 2025 du CESEA
 - . Mobiliser le réseau CARP pour des coopérations transfrontalières
4. Développer l'offre du Château de Foix et du Palais des évêques, tant sur les animations que les travaux de restauration
5. Structurer l'offre autour des Grands Sites Occitanie, en coordonnant les offices de tourisme pour relier grands et petits sites patrimoniaux
6. Créer des circuits de visite à partir d'une cartographie des sites et objets protégés
7. Mettre en tourisme le patrimoine industriel, en accompagnant les projets dans ce domaine

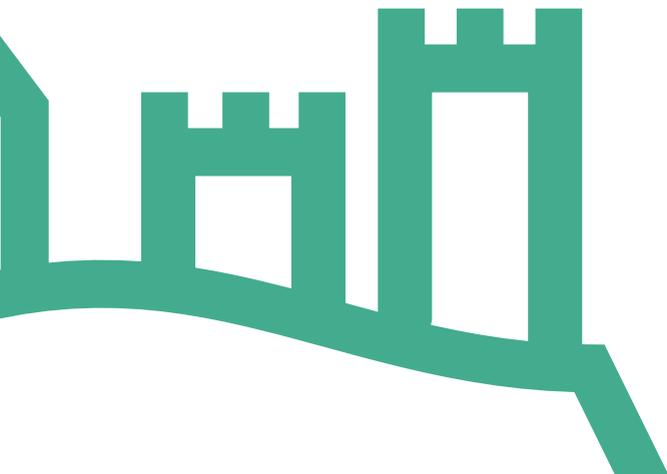


→ Objectifs

- Améliorer la qualité de l'offre patrimoniale ariégeoise
- Positionner le patrimoine comme élément différenciant et vecteur de diversification de la destination à l'échelle des Pyrénées
- Initier une dynamique collective entre les acteurs de la valorisation patrimoniale

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Nouveaux biens inscrits à la liste du patrimoine mondial UNESCO en lice, Grand Site, renouvellement label PAH
- Réalisation des investissements sur les sites « préhistoire » et médiévaux
- Nombre d'offres packagées, à partir des grands sites, constituées et vendues
- Intégration du protocole d'accord partenarial France-Espagne du réseau CARP
- Nouvelles initiatives en matière de communication sur cette thématique
- Nombre de projets accompagnés et mise en tourisme sur la thématique du patrimoine industriel



Aller plus loin dans la structuration et le développement des activités de pleine nature identifiées comme prioritaires

Les activités de pleine nature sont un atout et un enjeu fort pour le département : elles participent à l'allongement de la durée de séjour et de la saison touristique, à la répartition des flux sur le territoire ; elles constituent à la fois une offre touristique pour les visiteurs et une offre de loisirs pour la population locale ; enfin, elles sont une vraie opportunité de développement et de transition.

L'enjeu est d'accompagner la pratique de ces activités en oeuvrant en faveur d'un développement maîtrisé afin de satisfaire l'aspiration des pratiquants, tout en la conciliant avec les autres usages de l'espace, la protection de l'environnement et le respect du droit de propriété.

Aujourd'hui, dans un contexte favorable de développement, il s'agit d'oeuvrer, de manière collective avec l'ensemble des acteurs concernés, pour un développement apaisé et maîtrisé de ces activités.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, OT, PNR,
EPCI, PETR,
fédérations
sportives,
prestataires
d'activités,
ANA-Cen, ONF,
CDRP, Fédération
pastorale, ISTHIA

Actions opérationnelles

1. Finaliser et faire vivre le Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnées, animer la filière randonnée notamment via les Assises annuelles de la randonnée
2. Mettre en place la Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires et tendre vers la définition d'un Plan Départemental correspondant
3. Accompagner les hébergements spécialisés dans l'accueil des clientèles « outdoor »
4. Mettre en tourisme la portion ariégeoise de la VéloSud
5. Disposer d'un plan d'actions pour les activités identifiées comme prioritaires et développer leur promotion : vélo, rando pédestre, trail, escalade, pêche





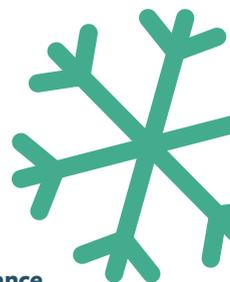
→ Objectifs

- Faire de l'Ariège une destination incontournable pour les activités de pleine nature tout en favorisant un développement apaisé et maîtrisé
- Développer une offre structurée pour les activités identifiées comme prioritaires : vélo, rando pédestre, trail, escalade, pêche
- Améliorer l'accueil et la gestion des flux dans les espaces et sites de pratique
- Anticiper l'impact du changement climatique sur les activités outdoor
- Travailler collectivement sur les bonnes pratiques pour permettre des usages respectueux des territoires et des habitants

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Amélioration de l'accueil sur les espaces, sites et itinéraires de pratiques des activités de pleine nature
- Définition d'un plan d'actions pour chacune des activités identifiées en matière de structuration, de valorisation et de communication
- Développement d'une offre touristique autour des voies vertes
- Conciliation des usages au coeur des espaces naturels de pratique

Consolider l'économie montagnarde au travers de ses stations



Les activités « neige » restent centrales pour le tourisme ariégeois, mais l'évolution des clientèles et le changement climatique imposent une diversification. L'enjeu est de maintenir le ski tout en transformant les stations en destinations de montagne "toutes saisons". Un nouveau cadre d'exploitation a été défini sur 15 ans, appuyé par une stratégie d'investissements. L'objectif : intégrer les stations dans leur écosystème local et développer des offres multi-activités, été comme hiver, indépendantes de l'enneigement.

Gouvernance

PILOTE : Syndicat Mixte Départemental des Stations Ariégeoises

PARTENAIRES :
CD, ADT, EPCI -
communes propriétaires,
OT, PETR, GIS CIMES

Actions opérationnelles → Objectifs

1. Créer un syndicat départemental des stations de ski ariégeoises et mettre en oeuvre la feuille de route définie dans l'étude sur l'avenir des stations ariégeoises permettant le maintien du produit ski tout en s'engageant dans une diversification des activités
2. Positionner le Syndicat des Montagnes de l'Ariège comme acteur permettant de fédérer l'économie de montagne, à travers par exemple un comité stratégique favorisant l'interconnaissance et les échanges entre les acteurs
3. Communiquer sur une destination « montagne » et non plus uniquement sur une destination neige/ski
4. Favoriser la mise en place d'actions de médiation « montagne » afin de concilier les différents usages de la montagne dans un contexte de diversification des activités sportives et de loisirs dans l'espace montagnard



- Maintenir le produit ski/neige sur les 15 prochaines années.
- Consolider les activités d'hiver et d'été avant d'évoluer vers une offre 4 saisons
- Intégrer les stations dans leur écosystème territorial, en passant de la station de ski à la destination « montagne toutes saisons »
- Renforcer l'attractivité et la performance commerciale des stations avec une stratégie économique coordonnée à l'échelle du massif
- Concilier les usages de la montagne pour un développement cohérent, durable et maîtrisé



→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Consolidation des activités des stations ariégeoises et développement de nouvelles offres
- Augmentation de l'offre hors neige en période hivernale
- Accroissement des liens entre les activités de la station et celle de l'espace valléen dans lequel elle s'inscrit
- Conciliation des différents usages et pratiques de la montagne



Soutenir le développement et la structuration d'une filière « Bien-être »

La force de ses paysages, sa naturalité et son authenticité font de la destination Ariège une terre propice au ressourcement, à la déconnexion et au bien-être en général. Longtemps circonscrite au thermalisme et au thermoludisme, l'offre touristique autour du bien-être est en réalité bien plus large. Aujourd'hui, de nombreuses prestations tournées vers l'amélioration de l'état de santé physique et mentale existent mais sont très peu identifiées par les acteurs institutionnels du tourisme.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
OT, CD, stations
thermales, EPCI

Actions opérationnelles

1. Réaliser un état des lieux des acteurs de la filière et définir les contours de ce que doit être la filière bien-être d'un point de vue touristique
2. Structurer la filière bien-être en accompagnant les professionnels dans la mise en tourisme de leurs produits et en favorisant leur mise en réseau
3. Apporter des prestations spécifiques d'appui et de conseil aux stations thermales pour en faire des destinations santé/ bien-être : diversification de leurs activités non remboursées par la sécurité sociale (mini-cures, randonnée, etc.) et leurs produits de bien-être, et faire en sorte qu'elles s'appuient davantage sur les aménités du territoire

→ Objectifs

- Enrichir l'offre touristique de nouvelles prestations en phase avec les aménités du territoire
- Élargir les clientèles cibles
- Être en mesure de proposer des activités non liées à la saisonnalité
- Créer des passerelles entre les offres bien-être et les autres filières prioritaires

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Définition partagée de la filière "Bien-être"
- Nombre d'offres "bien-être" saisies dans la base de données
- Développement de prestations "bien-être" dans les centres thermaux du territoire
- Accompagnement à la diversification des stations thermales

Favoriser l'émergence d'une filière Savoir-faire/Agritourisme

L'agritourisme et la découverte des savoir-faire sont des secteurs en pleine expansion, attirant une clientèle de plus en plus diversifiée en recherche de découvertes, d'authenticité, de qualité, de valeurs, de traditions.

Les éléments de cette offre, valorisant l'identité ariégeoise, se présentent comme une alternative aux découvertes touristiques traditionnelles. Pour les socio professionnels, c'est une opportunité de partager leur savoir-faire tout en diversifiant leur modèle économique. Cette offre est aujourd'hui peu connue et peu structurée. La volonté est donc de travailler à la structuration d'une filière Savoir-faire / Agritourisme, pour valoriser la production ariégeoise et proposer une offre différenciante de visites et d'activités.

Gouvernance

PILOTE :
Chambres
consulaires

PARTENAIRES :
CD, ADT,
producteurs
et artisans, OT,
CRTL, Région
Occitanie

Actions opérationnelles

1. Établir et partager un état des lieux des acteurs et de l'offre de la filière Savoir-faire et de la filière Agritourisme
2. Définir les contours de l'offre (critères). Distinguer notamment les notions de visite d'entreprise technologique et industrielle d'une part, et d'artisans/créateurs/producteurs d'autre part
3. Identifier les attentes et les besoins des acteurs de cette filière pour développer leur activité touristique en vue d'établir une stratégie
4. Valoriser le côté identitaire lié à cette filière, notamment en s'appuyant sur les activités pastorales et les transhumances

→ Objectifs

- Créer les conditions favorables à l'émergence d'une filière Savoir-faire / Agritourisme
- Accompagner les producteurs et artisans souhaitant diversifier leur activité vers le développement d'une offre d'accueil et de découverte
- Mettre en avant les savoir-faire et traditions pour affirmer et partager les valeurs du territoire

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Réalisation d'un état des lieux partagé de l'offre actuelle
- Définition d'une stratégie partagée de structuration de la filière
- Mise en place d'actions d'accompagnement des acteurs souhaitant diversifier leur activité grâce à une activité touristique



EFFICACITÉ

Mettre en place une gouvernance collective et efficiente pour performer ensemble

«
Faire le pari
d'un travail
collectif

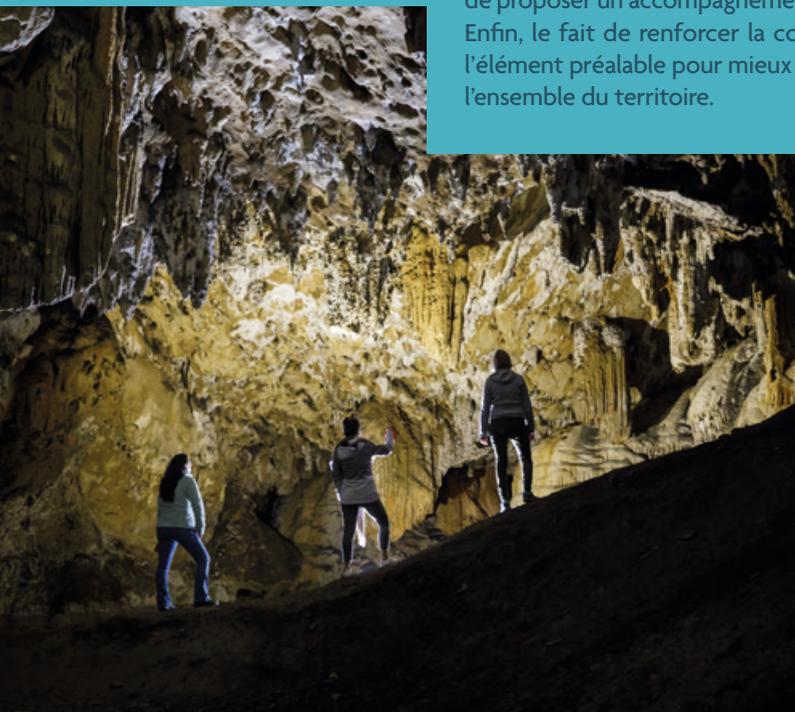
»

La multiplicité des acteurs complexifie parfois la compréhension du rôle de chacun, et la recherche d'une meilleure efficience nécessite de travailler en partenariat, partager nos ambitions, et tendre vers davantage de mutualisation.

Faire le pari d'un travail collectif et faire communauté est la clé pour dynamiser le collectif d'acteurs, afin de « mieux se connaître pour mieux se prescrire ».

Plus de clarté dans l'organisation institutionnelle du tourisme et des actions réalisées plus en transversalité faciliteront notre capacité à atteindre nos objectifs respectifs, mais également à mieux accompagner nos professionnels.

Il est donc question ici de favoriser l'interconnaissance des acteurs et de proposer un accompagnement plus personnalisé et opérationnel. Enfin, le fait de renforcer la connaissance et la sensibilisation est l'élément préalable pour mieux diffuser une culture du tourisme sur l'ensemble du territoire.



Clarifier la gouvernance et favoriser la collaboration entre les acteurs à tous les niveaux

OBJECTIF 5

Faire vivre le schéma

Le schéma de développement touristique et des loisirs est l'affaire de tous et implique la participation de l'ensemble de l'écosystème touristique. Sa réussite dépend de leur capacité à s'approprier cet outil et à travailler ensemble à sa mise en oeuvre. Sachant que chaque partenaire dispose de sa propre stratégie et de sa feuille de route, et qu'un plan d'actions sur 5 ans peut engendrer une baisse de la mobilisation des partenaires, l'enjeu réside dans une animation et un suivi régulier du schéma. Favoriser le travail collaboratif et mobiliser chaque partie prenante demande également une meilleure connaissance et un partage des missions de chaque structure partenaire.

Le rôle de chacun se doit d'être clair et leur investissement bien identifié. Pour une mise en oeuvre optimale du plan d'actions, le réseau d'acteurs nécessite de vivre et d'être animé.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
CD, Chambres
consulaires, AAA,
OT, PNR, PETR,
EPCI, CAUE

Actions opérationnelles

1. Editer la feuille de route du SDDTL, la diffuser et la faire vivre
2. Définir le plan d'actions d'animation du SDDTL
3. Elaborer une convention de partenariat entre les structures pilotes
4. Mettre en place un réseau de « référents » du SDDTL
5. Rédiger et partager un document évolutif « mémo du qui fait quoi » présentant les feuilles de route de chacun
6. Créer un évènement grand public et professionnel annuel type « Assises du Tourisme »

→ Objectifs

- Suivre la mise en oeuvre du plan d'actions
- Clarifier le « qui fait quoi » au sein du réseau des acteurs du développement touristique et mieux prendre en compte les missions de chacun
- Maximiser l'efficacité et l'efficacé
- Développer la cohésion et le partage au sein de l'écosystème

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Mobilisation des acteurs
- Constitution et animation d'un groupe de travail
- Organisation d'un évènement fédérateur

**Clarifier la gouvernance et favoriser la collaboration
entre les acteurs à tous les niveaux**

OBJECTIF 5

Développer le « Faire ensemble » en multipliant les initiatives collectives et les partenariats

Le Département est investi dans le tourisme, activité par essence transversale. La stratégie définie et la feuille de route qui en découle doivent rassembler tous les acteurs concernés de près ou de loin. Les missions et compétences se croisent parfois, il est nécessaire de clarifier le rôle de chacun et faire évoluer nos pratiques afin de réussir le pari du « faire ensemble ». L'enjeu est de décroquer, d'éviter l'isolement et de s'ouvrir à de nouvelles collaborations.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, OT, EPCI,
AAA, Chambres
consulaires

Actions opérationnelles

1. Elaborer des cartes d'identité des structures agissant à différents niveaux en faveur du développement touristique
2. Mettre en place un Club des développeurs touristiques pour favoriser le partage d'expérience, échanger sur les bonnes pratiques, intensifier les collaborations, stimuler les initiatives et les diffuser
3. Favoriser les nouvelles collaborations en développant de nouveaux partenariats (métropole toulousaine et départements voisins, Andorre, Catalogne...)

→ Objectifs

- Prendre en compte la dimension transversale du tourisme pour l'intégrer dans toutes les politiques départementales
- Réussir le jeu du collectif et le travail collaboratif pour une meilleure efficacité
- Renforcer la performance de l'écosystème touristique ariégeois
- Déclencher des réflexes propices à l'élaboration de projets en mode ouvert

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Elaboration des cartes d'identité des structures
- Formalisation d'un club de développeurs
- Élaboration de projets communs

Rendre plus efficaces les actions d'accompagnement et les missions d'ingénierie à l'échelle départementale

OBJECTIF 6

Mieux orienter et accompagner les porteurs de projet

Différents acteurs interviennent dans le processus d'accompagnement des porteurs de projet. Ces derniers font régulièrement état des difficultés qu'ils peuvent rencontrer durant leur parcours.

L'accès à l'ensemble des ressources mérite d'être facilité et les accompagnements proposés mieux identifiés. Une meilleure visibilité des services favoriserait la quantité et la qualité des projets qui émergent sur le territoire.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES : ADT, AAA, EPCI, chambres consulaires, ISTHIA, CAUE, labels, BGE, OT, PNR, ALEDA, Région, CRTL, CMQe TP, Agence des Pyrénées

Actions opérationnelles

1. Réaliser un document de présentation des nouvelles aides à l'immobilier d'entreprises touristiques des territoires et le diffuser aux structures concernées par l'accueil des porteurs de projet
2. Rédiger un guide à l'attention des porteurs de projet, présentant les étapes clés d'une reprise ou d'une création d'hébergement touristique
3. Mettre en place un comité technique d'accompagnement des porteurs de projet qui serait mobilisé en fonction de la nature du projet et accompagnerait individuellement les projets (visite sur site, préconisations, etc.)
4. Disposer d'un outil de suivi collectif des porteurs de projet en cours d'accueil sur le territoire
5. Contribuer au projet d'incubateur des porteurs de projet porté par l'ISTHIA
6. Créer un espace numérique regroupant toutes les ressources à destination des porteurs de projet

→ Objectifs

- Faciliter le parcours du porteur de projet
- Contribuer à l'éclosion de projets touristiques performants et en phase avec les besoins du territoire
- Favoriser les expertises croisées des partenaires autour d'un projet
- Inciter à l'émergence de projets innovants

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Diffusion du guide des aides à l'immobilier d'entreprises touristiques
- Diffusion du guide du porteur de projets d'hébergements touristiques
- Nombre de projets accompagnés par le comité technique
- Création d'un outil de suivi collectif
- Nombre de visite sur la plateforme « ressources »

Renforcer la connaissance des dynamiques touristiques par l'observation touristique et l'analyse de la Data

L'observation et l'analyse des données sont des outils essentiels de compréhension et de pilotage du développement touristique. Ces données concernent aussi bien l'offre touristique que les fréquentations et comportements des clients. Elles permettent de mieux comprendre les attentes et les comportements des visiteurs, de connaître l'offre du territoire, d'évaluer l'impact économique du tourisme et d'orienter les politiques touristiques. Le département dispose déjà d'un observatoire performant qu'il convient de continuer à enrichir et à partager.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
CRTL, OT, ADN
Tourisme, CD,
ISTHIA,
Agence des
Pyrénées

Actions opérationnelles

1. Mener à bien l'étude sur la connaissance des clientèles, engagée par le CRTL en partenariat avec les ADT d'Occitanie
2. Enrichir l'offre dans le SIT en fonction des besoins et associer de nouveaux partenaires au RIT
3. Réaliser une enquête sur la performance des meublés touristiques en Ariège
4. Mettre en oeuvre de nouvelles formes de valorisation des productions de l'Observatoire (datavisualisation, etc.)
5. Enrichir l'Observatoire d'indicateurs relatifs au tourisme durable
6. Tendre vers une interconnexion des données mobilisables permettant des analyses croisées

→ Objectifs

- Enrichir l'observation touristique d'études en lien avec la connaissance des clientèles afin de mieux comprendre les évolutions des comportements des touristes
- Capitaliser sur l'observation et la data pour piloter et structurer le développement touristique
- Mobiliser les analyses produites au service des acteurs touristiques, des élus et des porteurs de projet

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Réalisation de l'étude clientèle et diffusion des résultats
- Réalisation de l'étude sur les meublés et diffusion des résultats
- Pourcentage d'évolution de fréquentation de la rubrique « Chiffres et données » de l'espace pro de l'ADT

Diffuser une culture tourisme auprès des élus

La culture tourisme est la capacité à identifier un territoire comme destination touristique et d'en comprendre les enjeux de développement.

Partager cette culture entre les différents acteurs est un prérequis pour mener à bien le développement touristique d'un territoire.

Les élus élaborent les politiques publiques territoriales, aussi leur compréhension des enjeux et leur appropriation de la culture tourisme est un facteur essentiel de réussite.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES : CD, OT, AAA, EPCI, Association des maires

Actions opérationnelles

1. Recueillir les besoins auprès d'un échantillon d'élus pour définir un plan d'actions répondant à leurs attentes
2. Décliner les outils d'information et de sensibilisation autant vers les élus référents tourisme que ceux plus éloignés de la thématique
3. Définir un mode opératoire et des indicateurs de suivi pour présenter et diffuser des outils et messages adaptés. Recenser les temps opportuns pour présenter les enjeux du développement touristique (conseil communautaire en début de mandat, congrès des maires...)

→ Objectifs

- Diffuser la culture tourisme auprès de l'ensemble des élus
- Faire comprendre que le tourisme est un allié du développement local

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- La réalisation d'un plan d'actions
- Le nombre d'interventions réalisées
- Les outils et supports de sensibilisation mis en place



Faciliter l'accès des acteurs à la formation et à l'échange de bonnes pratiques

Dans un environnement touristique extrêmement mouvant, la capacité d'une entreprise ou d'un territoire à s'adapter rapidement aux évolutions est un des facteurs clés de réussite. Développer les connaissances et renforcer les savoir-faire des acteurs touristiques ariégeois restent une priorité afin de garantir la performance économique du territoire. La formation continue, sous toutes ses formes – ateliers, conférences, retours d'expériences – se révèle être un véritable investissement porteur d'avenir.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
Chambres Consulaires,
OT, ISTHIA, BGE Ariège,
Agence des Pyrénées,
SESTA

Actions opérationnelles

1. Identifier l'ensemble des dispositifs de formation existants, dont les RDV pros proposés par l'ADT, et travailler à une meilleure visibilité de l'offre à destination des socioprofessionnels
2. Tendre vers une offre de formation concertée et développer un outil favorisant sa lisibilité et le partage de bonnes pratiques
3. Mettre en place une solution de e-learning, à destination des salariés des structures touristiques (entreprises, offices de tourisme...), et plus particulièrement des saisonniers, sur la connaissance du territoire ou toute autre thématique utile aux acteurs touristiques
4. Favoriser les échanges et la concertation entre les gestionnaires de sites

→ Objectifs

- Former le plus grand nombre d'acteurs touristiques en mutualisant les moyens des différents partenaires
- Cultiver les compétences des professionnels du tourisme sur les domaines utiles à leur développement
- Développer l'interconnaissance, la mise en réseau et les partenariats au sein de l'écosystème touristique ariégeois

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Nombre d'acteurs formés par an
- Taux de satisfaction des participants
- Offre de formation mutualisée
- Création d'une plate-forme de diffusion





INTÉGRATION

Fédérer pour faire du tourisme un levier pour le développement du « bien vivre en Ariège »

«
Créer un sentiment de fierté et d'appartenance des habitants
»

Une meilleure appropriation de l'identité de la destination et des stratégies touristiques locales participera à une mise en valeur de la destination et à conforter l'acceptabilité du développement touristique, qui doit se penser avec et pour les ariégeois.

Créer un sentiment de fierté et d'appartenance des habitants envers le territoire est une force pour le dynamiser. Mettre l'ariégeois au cœur de la démarche, mieux le sensibiliser en fera un véritable ambassadeur de la destination. Pour se faire, il est nécessaire de lui donner toutes les clés pour partager son territoire et son identité.

Pour faire de l'Ariège la terre du « bien-vivre » et valoriser sa qualité de vie, les dynamiques territoriales doivent fédérer tous les acteurs concernés, donner de la visibilité aux pépites du territoire, et expérimenter de nouvelles formes de dialogue entre habitants et acteurs.

Cela passera par des actions en faveur de la valorisation de l'activité touristique, la qualité de vie des résidents, et l'amélioration du cadre de vie.



Faire des habitants des acteurs du développement touristique ariégeois

OBJECTIF 8

Développer le sentiment d'appartenance des habitants à leur territoire

Le développement touristique ne doit pas ignorer ou mettre à l'écart les populations locales.

Une appropriation de l'identité de la destination et des stratégies touristiques locales participe à une mise en valeur de la destination et une meilleure acceptabilité du développement touristique.

Pour cela, l'habitant doit se sentir concerné et être sensibilisé afin de devenir un véritable ambassadeur.

L'implication des populations locales et l'intégration à la démarche globale favoriseront un projet commun répondant aux attentes de tous et une meilleure promotion de la destination.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
CD, Professionnels
du tourisme

Actions opérationnelles

1. Interroger les habitants sur leur perception de l'Ariège dans le cadre de l'étude image
2. Renouveler une démarche de type « ambassadeurs »
3. Développer des actions de sensibilisation auprès des habitants sur les impacts du développement touristique
4. Associer les résidents à des temps de concertation

→ Objectifs

- Faire de l'habitant un ambassadeur de la destination
- Renforcer le lien habitants/visiteurs, habitants/professionnels
- Sensibiliser pour une meilleure appropriation
- Encourager la découverte ou la redécouverte des richesses de la destination

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Nombre d'ambassadeurs inscrits dans la démarche
- Participation aux temps de concertation et actions de sensibilisation
- Mobilisation des habitants à l'enquête sur la perception de la destination

Considérer les habitants comme des touristes à part entière

Jusqu'à présent, la stratégie marketing départementale est essentiellement dirigée vers le travail de l'image et de la notoriété pour augmenter l'attractivité de l'Ariège. Les habitants ne sont pas une cible à part entière, aucun plan d'actions ne leur est dédié. En complément de la mission d'attractivité pour convaincre de nouveaux clients, il y a un véritable enjeu à s'adresser au résident qu'il soit temporaire ou permanent pour générer un flux régulier au sein même du territoire. En effet, s'adresser à un client sur place est moins coûteux que d'activer des campagnes de communication pour faire venir en Ariège.

Gouvernance

PILOTE : ADT

PARTENAIRES :
OT, CD,
Education
Nationale,
France Travail,
DDETSPP

Actions opérationnelles

1. Définir une stratégie et un plan d'actions destiné aux résidents permanents. Réaliser un benchmarking puis recenser les actions déjà en place auprès de cette cible par les différents partenaires. Identifier les cibles prioritaires et les offres à valoriser. Identifier les canaux de communication disponibles par cible
2. Mettre en place un plan d'actions spécifique pour les jeunes publics (scolaires, étudiants)

→ Objectifs

- Faire du résident permanent un consommateur des sites, activités et autres produits touristiques
- Faciliter l'accès aux offres dites de tourisme et de loisirs

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Plan d'actions de communication pour les résidents
- Plan d'actions spécifique pour les jeunes publics



« Il y a un véritable enjeu à s'adresser au résident qu'il soit temporaire ou permanent »



Faciliter l'accès aux métiers du tourisme sur le territoire

Le recrutement dans le secteur touristique est devenu un enjeu incontournable depuis ces dernières années.

Il est nécessaire de faire connaître les métiers du tourisme, et de les rendre attractifs notamment auprès des jeunes du territoire.

L'adaptation du cadre d'emploi est devenue une nécessité pour répondre aux nouvelles aspirations. Cela est d'autant plus vrai pour les travailleurs saisonniers, pour lesquels il convient d'offrir des conditions d'accueil adaptées. Le volume d'emploi saisonnier indispensable au secteur touristique appelle la structuration d'une politique globale et concertée entre les opérateurs.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES : ADT, Chambres consulaires, Structures de formation, La Maison du travail saisonnier, AAA, ISTHIA, EPCI, CNFPT, CMQe TP, France Travail

Actions opérationnelles

1. Diffuser les modalités de collaboration possibles entre les structures de formation et les acteurs du tourisme (stages, alternances, projets tutorés, etc.). Inciter les entreprises touristiques à accueillir des stagiaires (stage de 3^{ème}, stage de seconde, etc.)
2. Définir un plan d'actions dédié à l'accueil et à la fidélisation des saisonniers (emploi, logement, services...)
3. Renforcer les actions de promotion des métiers du tourisme

→ Objectifs

- Promouvoir les formations et les emplois du tourisme auprès des jeunes ariégeois
- Créer davantage de liens entre les structures de formation et le secteur professionnel
- Faciliter l'intégration des saisonniers qui arrivent sur le territoire
- Fidéliser les saisonniers

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Mise en place d'un plan d'actions à destination des saisonniers
- Nombre de stages proposés
- Nombre d'actions de promotion menées

Organiser les espaces d'accueil et les usages en lien avec les flux touristiques

Le territoire ariégeois est encore préservé de la surfréquentation et du tourisme de masse, il accueille un tourisme diffus et plutôt respectueux des milieux fréquentés. Pour autant, certains sites connaissent des pics de fréquentation, d'autres sont sous-dimensionnés ou insuffisamment aménagés pour accueillir convenablement les visiteurs, déclenchant parfois des conflits d'usages. La fréquentation non organisée peut constituer une menace pour la préservation de la destination, de l'environnement, de la qualité de vie des résidents, et pour l'expérience touristique de la clientèle.

Gérer les flux touristiques nécessite de trouver un équilibre entre l'attrait local et la préservation des sites, de leur biodiversité et des activités agricoles et pastorales qui s'y exercent.

Aménager les espaces et diffuser de l'information suffisent souvent pour trouver une solution à ces problèmes devenus de vrais enjeux environnementaux et économiques pour les territoires.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
ADT, PAM, PNR,
ANA-Cen, ONF,
EPCI

Actions opérationnelles

1. Aménager les espaces soumis à des flux touristiques, notamment par la définition d'un Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires
2. Encourager la définition de schémas locaux d'accueil touristique
3. Réviser le schéma d'accueil des camping-cars
4. Sensibiliser les visiteurs au respect des espaces naturels et à la préservation des écosystèmes, et au respect des autres usages des différents milieux

→ Objectifs

- Concilier les usages et limiter les conflits entre les utilisateurs des différents espaces
- Limiter les impacts des flux touristiques sur le cadre de vie des résidents permanents
- Améliorer l'accueil des visiteurs
- Préserver les milieux naturels
- Responsabiliser les visiteurs quant à leurs impacts sur les milieux naturels et sur les autres utilisateurs de ces espaces

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Amélioration de la satisfaction des visiteurs
- Limitation des conflits d'usage
- Amélioration de la gestion des flux touristiques
- Partage apaisé des espaces

Accompagner les territoires dans leurs actions d'amélioration du cadre de vie

Découvrir un territoire, c'est aussi découvrir ses villes et villages, leur histoire, leur patrimoine et leurs sites remarquables. Si les communes investissent dans l'embellissement de leurs centres, ces actions manquent parfois de mise en valeur paysagère. L'enjeu est de faire en sorte que les initiatives locales renforcent l'attractivité des espaces urbains et ruraux, tant pour les habitants que pour les visiteurs. Il s'agit également de préserver et valoriser le patrimoine mobilier et immobilier communal, afin d'enrichir l'offre culturelle du territoire. L'accompagnement des collectivités dans la mise en valeur de leurs espaces publics et de leur patrimoine est donc essentiel.

Gouvernance

PILOTE : CD

PARTENAIRES :
CAUE, ADT, PNR,
EPCI, DDT

Actions opérationnelles

1. Poursuivre les actions d'embellissement de villes et villages, des paysages et des aménagements urbains au travers des opérations façades, des opérations ardoises, du dispositif départemental « traverses d'agglomération », du dispositif « Villes et Villages Fleuris »
2. Rédiger et diffuser un guide technique à destination des collectivités, en matière d'aménagement et d'intégration paysagère des projets (en lien avec les services du CD09 + CAUE + PNR)
3. Développer et étendre la labellisation des Villes et Villages Fleuris (développer le partenariat, proposer des formations aux acteurs du territoire...)
4. Réduire les points noirs paysagers et mettre en valeur les points remarquables : cartographier les points de vue remarquables et travailler avec les territoires pour leur mise en valeur et/ou leur prise en compte dans les documents d'urbanisme
5. Accompagner les collectivités dans la préservation, la conservation et la valorisation de leurs éléments patrimoniaux (mobilier ou immobilier).





→ Objectifs

- Améliorer le cadre de vie et les paysages des communes afin de développer leur attractivité
- Accompagner les communes à la labellisation ou au classement « villes et villages fleuris » afin de valoriser leurs efforts d'embellissement et de préservation de l'environnement
- Favoriser l'intégration paysagère, patrimoniale et architecturale des aménagements urbains
- Préserver et valoriser le patrimoine mobilier et immobilier des collectivités dans un objectif de mise en valeur des territoires

→ Résultats attendus, indicateurs de suivi

- Nombre de communes/collectivités accompagnées dans leur démarche d'amélioration du cadre de vie et de préservation de leurs patrimoines
- Adaptation de la démarche « Villes et Villages Fleuris » afin de mieux répondre aux préoccupations des communes et redynamiser l'opération
- Intégration d'un paysagiste dans les équipes de maîtrise d'oeuvre des projets
- Augmentation du nombre de projets associant embellissement des espaces publics et opérations de rénovation de façades

Plannin8



ATTRACTIVITÉ

Consolider collectivement l'attractivité de l'Ariège pour mieux **rayonner**.



DÉVELOPPEMENT

Soutenir l'économie touristique Ariégeoise en accord avec les nouveaux défis d'un tourisme responsable pour **durer**.



EFFICACITÉ

Mettre en place une gouvernance collective et efficiente pour **performer ensemble**.



INTÉGRATION

Fédérer pour faire du tourisme un levier pour le développement du «bien vivre en Ariège».

ACTIONS À MENER

1.1 Faire converger la stratégie d'attractivité départementale avec la stratégie de la destination touristique

1.2 Bâti collectivement une nouvelle feuille de route marketing

1.3 Amplifier la mise en marché de la destination

1.4 Favoriser l'essor des événements existants

1.5 Encourager le développement des événements favorisant la fréquentation du territoire hors période estivale

2.1 Accompagner l'ensemble des acteurs du tourisme dans une démarche de transition

2.2 Favoriser la montée en gamme, l'adaptation et la qualification de l'offre en hébergement touristique

2.3 Initier une réflexion favorisant un accueil plus inclusif

2.4 Renforcer le développement des mobilités douces et multimodales

2.5 Faire du patrimoine un marqueur d'identité de la destination

2.6 Aller plus loin dans la structuration et le développement des activités de pleine nature identifiées comme prioritaires

2.7 Consolider l'économie montagnarde au travers de ses stations

2.8 Soutenir le développement et la structuration d'une filière « Bien-être »

2.9 Favoriser l'émergence d'une filière Savoir-faire / Agritourisme

3.1 Faire vivre le schéma

3.2 Développer le « Faire ensemble » en multipliant les initiatives collectives et les partenariats

3.3 Mieux orienter et accompagner les porteurs de projet

3.4 Renforcer la connaissance des dynamiques touristiques par l'observation touristique et l'analyse de la Data

3.5 Diffuser une culture tourisme auprès des élus

3.6 Faciliter l'accès des acteurs à la formation et à l'échange de bonnes pratiques

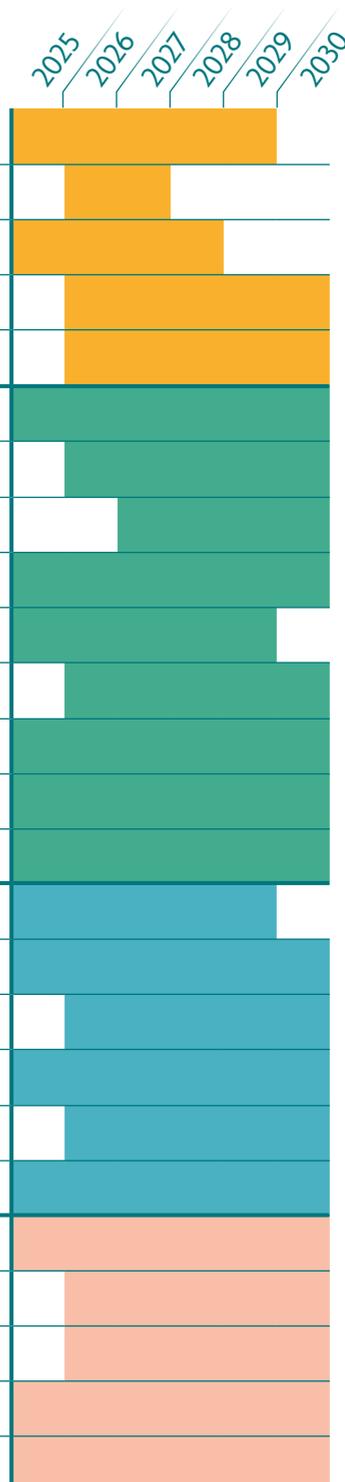
4.1 Développer le sentiment d'appartenance des habitants à leur territoire

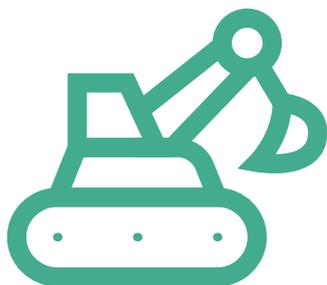
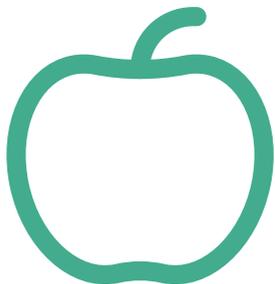
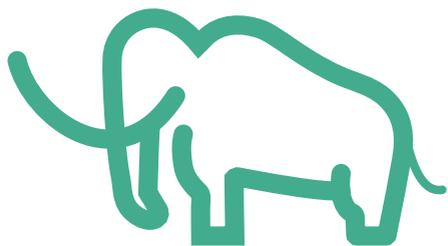
4.2 Considérer les habitants comme des touristes à part entière

4.3 Faciliter l'accès aux métiers du tourisme sur le territoire

4.4 Organiser les espaces d'accueil et les usages en lien avec les flux touristiques

4.5 Accompagner les territoires dans leurs actions d'amélioration du cadre de vie





Glossaire

A

- **AAA** : Agence Ariège Attractivité
- **ADEME** : Agence De l'Environnement et de la Maitrise de l'Energie
- **ADN** : Fédération des organismes institutionnels du tourisme
- **ADP** : Agence des Pyrénées
- **ADT** : Agence de Développement Touristique
- **ALEDA** : Agence Locale de l'Energie du Département de l'Ariège
- **ANA-Cen** : Association des Naturalistes de l'Ariège – Conservatoire d'Espaces Naturels
- **ANCT** : Agence Nationale de la Cohésion des Territoires
- **APF** : Association des Paralysés de France

B

- **BGE** : ensemble pour aGir et Entreprendre

C

- **CARP** : Chemin de l'Art Rupestre Préhistorique
- **CAUE** : Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement
- **CCI** : Chambre de Commerce et d'Industrie
- **CD** : Conseil Départemental
- **CDRP** : Comité Départemental de Randonnée Pédestre
- **CESEA** : Conseil Economique Social et Environnemental de l'Ariège
- **CMQe TP** : Campus des Métiers et des Qualifications d'Excellence du Tourisme Pyrénéen
- **CNFPT** : Centre National de la Fonction Publique Territoriale
- **CRTL** : Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

D

- **DDT** : Direction Départementale des Territoires
- **DEETSPP** : Direction Départementale de l'Emploi, du Travail, des Solidarités et de la Protection des Populations

E

- **EPCI** : Etablissement Public de Coopération Intercommunale

G

- **GIS CIMES** : Groupement d'Intérêt Scientifique - Centre International des Montagnes des Sud

I

- **ISTHIA** : Institut Supérieur du Tourisme de l'Hôtellerie et de l'Alimentation

O

- **OGD** : Organismes de Gestion des Destinations
- **ONF** : Office National des Forêts
- **OT** : Office de Tourisme

P

- **PAM** : Plan Avenir Montagne
- **PAH** : Pays d'Art et d'Histoire
- **PNRPA** : Parc Naturel Régional des Pyrénées Ariégeoises
- **PETR** : Pôle d'Equilibre Territorial Rural

R

- **RIT** : Réseau d'Information Touristique
- **RSE** : Responsabilité Sociétale des Entreprises

S

- **SDIAU** : Service Départemental d'Instruction des Autorisations d'Urbanisme
- **SIT** : Système d'Information Touristique
- **SDDL** : Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs
- **SESTA** : Service d'Exploitation des Sites Touristiques de l'Ariège
- **SAVASEM** : Ski Alpin Vallées d'Ax Société Economique Mixte

U

- **UNAT** : Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air
- **UNESCO** : Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture



DEMANDES D'INFORMATIONS

Tél. : 05 61 02 30 70

vacances@ariegepyrenees.com



AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

L'Agence de Développement Touristique Ariège Pyrénées est un organisme associatif, chargé de la mise en œuvre de la politique touristique du Conseil Départemental de l'Ariège. L'ADT a pour mission de développer l'économie de l'Ariège par le tourisme. Le Conseil Départemental de l'Ariège a confié à l'ADT la mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique.

Maison du Tourisme
2, boulevard du sud
09000 FOIX



www.ariegepyrenees.com
pro-ariegepyrenees.com



CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE L'ARIÈGE

Le Conseil Départemental de l'Ariège accompagne les territoires, les acteurs et les porteurs de projet pour mettre en œuvre un accueil touristique et des équipements de qualité. La politique départementale a pour objet de contribuer au développement de l'économie touristique en mettant en place les conditions nécessaires et utiles aux entreprises touristiques et aux destinations, en œuvrant de concert ou en complément des politiques locales.



www.ariege.fr