



Parc naturel régional Pyrénées Ariégeoises

# ETUDE

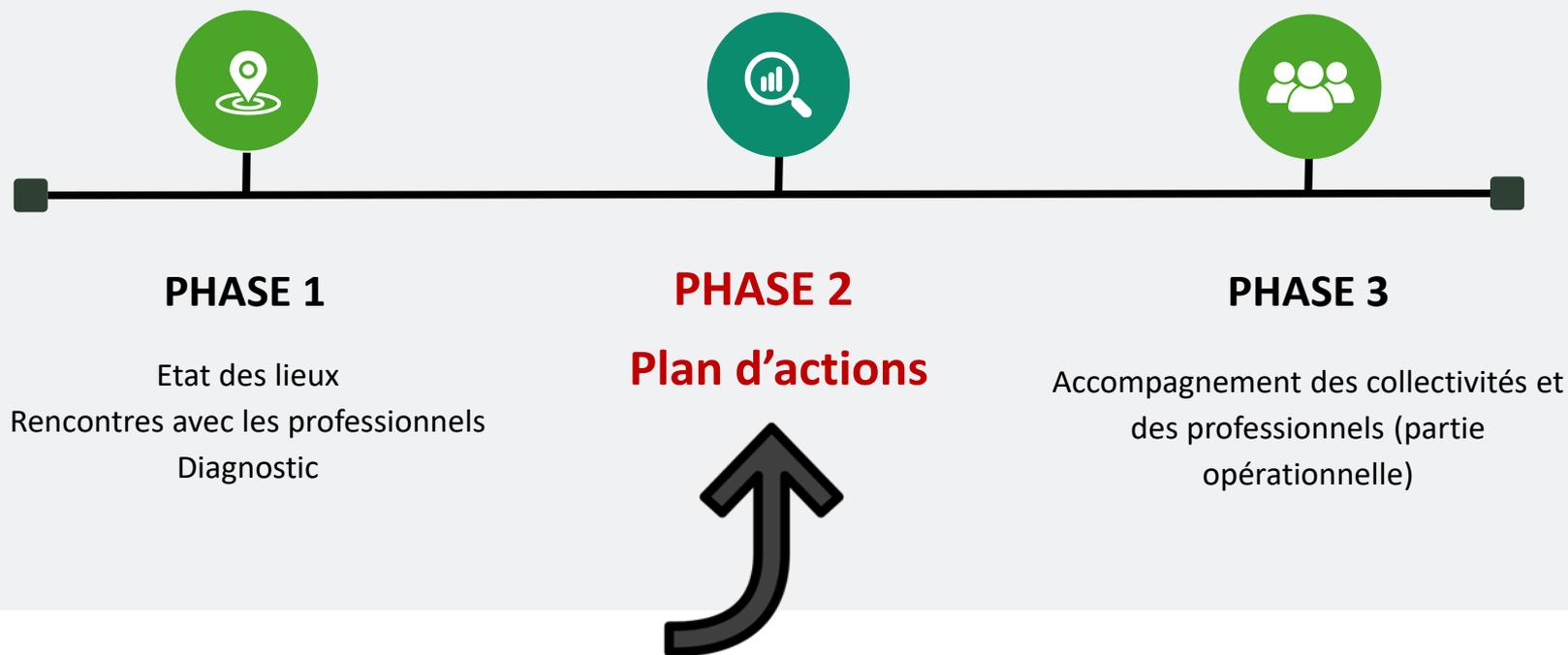
## Dynamiques de l'hébergement touristique en Couserans

### Rapport Phase 2 - Plan d'actions

25 novembre 2024



# Les étapes



## Rappels des objectifs de la phase 2

- étayer les conclusions de la phase 1 sur le sujet de l'hébergement touristique marchand, dont sur l'itinérance et la transition écologique
- s'inspirer d'exemples ailleurs (benchmark)
- identifier les actions à développer et les mesures d'accompagnement (plan d'action)

## Déroulé de la présentation

### Contexte :

- Rappels des écarts et des enjeux
- Tendances générales/ benchmark

### Plan d'action :

- Orientations, fiches actions / recommandations complémentaires

### Temps d'échanges...

# Entretiens et échanges réalisés

Emilie Leturcq Plan Avenir Montagnes

Stéphane Grochowski, Plan Avenir Montagne, PETR Ariège

Sarah Ozolins, Anthony Bourgoïn, Office de Tourisme Couserans Pyrénées

Laure Létard, Céline Arilla, PNR Pyrénées Ariégeoises

Patricia Reynaud, Département de l'Ariège

Julie Guichard, Caroline Bayard, ADT Ariège-Pyrénées Tourisme

Eric Chaigneau, Association des GRDistes

Sophie Pirkin, Région Occitanie

Tiffany Moreau, CC Couserans Pyrénées

Marion Delrieu, CCI 09

Stéphane Amiel, gardien, refuge des Estagnous

Gaétan Alet, Agence Respyrénées

Danièle Pelata, Brigitte Thomas, Association des Chemins de St Jacques

Mairies de Seintein, Aulus, Lescure, Montjoie en Couserans

# Entretiens et échanges réalisés

Christine Dubarry, DDT 09

Charlène Brunet, Rémi Laffont, Clément Cayla-Giraudeau, Ariège Attractivité

Bruno Terrones, Tentemilitaire.com

Annie Sissoko, FFRP

Alexia Del Rosario, Association Tous à Poêle

**Hébergeurs en Couserans :** Adeline Régis (Esbintz), Marie Destannes (L'Escolan), Christophe Rivault (Le Presbytère), Véronique Chaumont (Le Couledous), Elsa Taranne (Gîte d'Eylie)

**Benchmark :** Cécile Rougier (ADT Pyrénées Atlantiques), Régine Casaucau, Céline Poey (Office de Tourisme Pyrénées Béarnaises), Lydie Althape, Laure Noussitou (CC Haut Béarn), Catherine Furlan Simpson (propriétaire de meublés à la Pierre St Martin), Alain Langelez (PAMI Haut Jura), Josy Arrossagaray (Les Chalets d'Iraty), Edith Montengou (Transhumance et Cie), Cédric Baudour (Hotel St Sylvestre), Mariannick Dumazeau (PNR Haute Vallée de Chevreuse), Tourisme Bretagne

# Hébergement marchand en Couserans

RAPPEL DES  
ECARTS  
CONSTATES ET  
DES ENJEUX A  
RELEVER



# La nécessité de combler les écarts constatés

## Entre la perception du terrain et celle des référents filière

- Les référents expriment plus d'inquiétudes que les socioprofessionnels

## Entre l'offre et la demande

- une offre d'hier vs un marché devenu évolutif
- les aménités de services proposées vs la qualité du cadre

## Entre les atouts de l'offre et le potentiel d'activité

- l'économie actuelle vs le développement de la fréquentation en montagne
- l'intérêt des porteurs de projets vs le potentiel du territoire
- le professionnalisme des hébergeurs vs les enjeux/besoins du territoire
- la notoriété du Couserans vs l'attractivité des Pyrénées

# 5 enjeux de développement

## Auxquels sont confrontés les institutionnels et l'EPCI

- Faire du territoire **une destination mieux identifiée, plus affirmée** en termes de positionnement touristique
- **Identifier les réserves foncières** (PLUI) pour flécher les porteurs de projets et aider à de nouvelles implantations
- **Attirer des investisseurs** pour combler les manques d'offre et « faciliter la consommation » à l'année (hébergements, sites familiaux, sites couverts)
- Faciliter la **montée en gamme des hébergements** et leur labellisation
- Accompagner la **transition écologique** des hébergements

# Des enjeux opérationnels

## Auxquels sont confrontés les hébergeurs

- Faire mieux prendre conscience des écarts offre / demande

### Objectifs qualitatifs

- Profiter des dynamiques qualité de labellisation
- Innover en termes d'équipements et de services
- Créer une dynamique de réseau collective

### Objectif quantitatif

Augmenter les nuitées hors été

### Et en itinérance

- Pallier les "zones blanches" en hébergement (investissements modérés)
- Répondre à la demande, aux nouveaux usages
- Mieux gérer les pics estivaux de fréquentation

# Des enjeux sectoriels

## Zone piémont : une offre adaptée à confirmer

- Hébergements adaptés (offre détente, spa, CH, HPA) secteur Volvestre, proximité Toulouse, potentiel offert par la Voie Verte, des tarifs de marché
- potentiel court séjour, itinérance vélo

## Pôle « urbain » (St Girons / St Lizier) : offre en cours d'adaptation

- RT, CH et nouvel hotel 3\*\*\* avec équipement et services / situation centrale redistributive / offre captive (GSO St Lizier, marché du samedi)
- potentiel court séjour, groupes, affaires (petite industrie locale)

## Zone Montagne « stations » (Guzet/ Aulus) : offre à moderniser en priorité

- Diversifier les offres, créer de l'offre familiale, des services
- potentiel séjours et courts séjours, individuels, groupes affinitaires

## Zone Montagne itinérance GR10, Valier, Biros : offre à compléter sur le GR10

- potentiel de randonneurs sportifs, dont pour courtes itinérances

- Recherche d'un **équilibre économique** des établissements touristiques à l'année, notamment par l'augmentation du taux d'occupation
- Un tourisme plus **qualitatif et durable** : accompagner les hébergeurs vers des investissements de modernisation et de performance énergétique
- **Transmission** et reprise des établissements touristiques
- **Professionnalisation** des hébergeurs, en particulier sur le positionnement marketing, la commercialisation et la promotion
- **Mise en réseau**, partenariats et animation du tissu des acteurs touristiques du territoire
- Promotion de la **destination Couserans**
- Diversification de l'offre touristique en **complément des activités de plein air**



# Hébergement marchand en Couserans

TENDANCES  
GÉNÉRALES



## Les sources utilisées

Etude ADN Tourisme/ UNAT/ Opinion Way sur les nouvelles aspirations des français en matière de vacances, 2023

Convergences Touristiques CRT Occitanie, 2022

Etude Pilot/Evaluamétris de la position socioéconomique et de la position concurrentielle territoriale, 2022

Sondage IFOP/Bilendi sur les attentes des français en matière de tourisme, ANETT et Banque des Territoires, 2023

Blog Trajectoires Tourisme ([www.trajectoires-tourisme.com/qualite-hebergement-touristique-bon-sens-avant-tout/](http://www.trajectoires-tourisme.com/qualite-hebergement-touristique-bon-sens-avant-tout/)), 2023

Etude sur la répartition des modes d'hébergement en France par les français en été 2023, Statista Research department, 2024



# En préambule

## Le volet hébergement est généralement peu étudié

De nombreuses études sur les motivations de vacances engendrées par de nouvelles attentes post Covid

## Une approche en partie biaisée ?

Des conférences, enquêtes, études orientées sur le volet tourisme responsable (durable, social et solidaire) et son impact sur les usages et les aspirations des vacanciers ont été largement publiées...



# Dans les grandes lignes

## Les tendances en hausse

La recherche d'insolite, d'un **tourisme hors des sentiers battus** permettant de :

- découvrir des **activités** et des offres uniques, ultra-personnalisées
- vivre des **expériences** plus originales de celles qu'on a pu vivre jusque-là.
- des expériences **à partager**, avec les siens mais aussi avec les experts (locaux, artisans, etc...)
- Des expériences à vivre « do it yourself »

## Impact sur les aspirations en termes d'hébergement

- recherche d'offres d'hébergements insolites (hébergements éphémères, développement du « glamping », éco-lodges de luxe, auberges de jeunesse haut de gamme...)

**3 critères saillants : tourisme actif – tourisme nature – bien-être**

# Quel regard sur les évolutions ?

## 5 grandes tendances qui pourraient impacter les choix des Français à l'avenir



### 1. Le plaisir du 'temps long'

*Destination un village en pleine nature, une petite maison pleine de vitres, avec des activités nautiques comme la plongée, le paddle, sans engins motorisés, avec des balades à pieds sur les sentiers côtiers, des vélos ou trottinettes à disposition, des activités en soirée pour se retrouver comme des soirées barbecues, soirées jeux – Actif TSS*



### 2. La convivialité retrouvée

*Ce serait des vacances en famille dans un hébergement simple mais confortable, dans un camping à taille humaine dans un environnement très naturel avec beaucoup de verdure. On ferait des activités simples mais ressourçantes: vélo, canoë, randonnées, visites de fromageries ou autres, visites des monuments, activités découvertes (faire du miel, faire de la poterie etc.) on profiterait du patrimoine et de la gastronomie locale – Famille*



### 3. Quête d'insolite et d'aventure

*Idéalement, je souhaiterais aller dans un logement insolite: cabane, bulle transparente, tiny house en plein milieu d'un champ ou de la forêt pour profiter de la vue et de la nature. Pour les activités, j'aimerais faire de la randonnée, faire du kayak, aller au marché, visiter des musées et des chapelles anciennes - actif, TR*



### 4. Le tourisme raisonné

*C'est le dépaysement, la découverte d'une région, d'une "culture", d'une activité, d'une population. Ce sont des logements orientés "nature" aussi bien par leur disposition que par leur construction. Ce sont des activités de plein air ou des activités pour rencontrer la population locale » - actif,*



### 5. Le tourisme participatif et engagé

*J'aimerais vivre intelligemment le temps de mes vacances : faire des activités instructives et utiles pour les autres, avoir des échanges avec des personnes que je n'ai pas l'habitude de rencontrer. Un séjour chez un fabricant de fromages qui aurait des chèvres et produit ses produits. S'il les vend sur un marché, ce serait sympathique de l'aider; mais ça pourrait aussi être un apiculteur, un producteur de légumes ou de fruits - actif, TR*

## En croisant les 5 tendances et leurs attentes sur l'hébergement :



### Mots clé offre générale :

Insolite  
Durable  
Authentique  
Familial



### Mots clé

### Hébergement :

Nature, espaces de détente  
Liberté et confort  
Sans contraintes horaires  
Lieux communs, espaces de  
convivialité  
Lieux d'intimité



Idéalement, le choix de type d'hébergement se porterait plutôt sur :



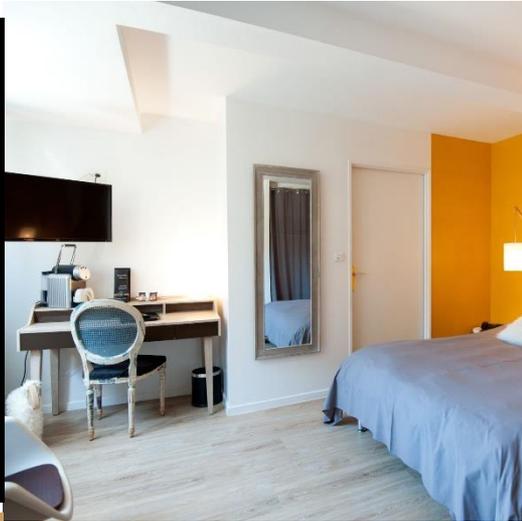
un camping  
un gîte  
une location chez l'habitant...

**Benchmark**

ILLUSTRATIONS



# Quelques illustrations en environnement urbain...



# Quelques illustrations en pleine nature...

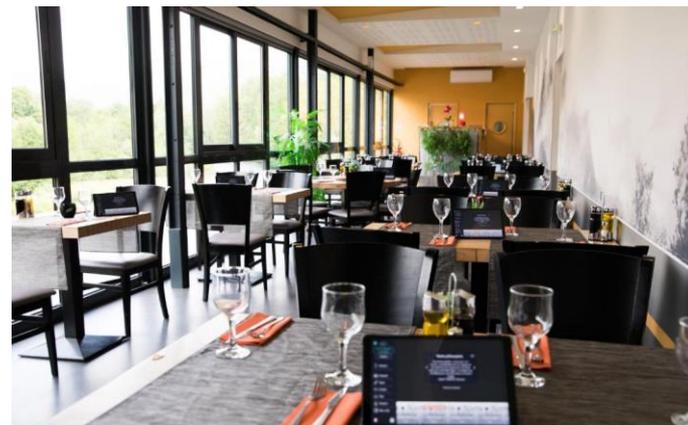


## Dans cette cabane, vous trouverez

- des couvertures en laine avec tapis de sol.
- 2 - un réchaud gaz avec vaisselle et casserole.
- 3 - des bougies et allumettes,
- 4 - des entrées en conserves\* (pâté, salades, etc...).
- 5 - des plats de résistance en conserves en ration individuelle (lentilles, cassoulet, haricots blancs, etc...).
- 6 - des desserts en conserves\* (crème dessert, fruit au sirop...)



# Quelques illustrations en piémont ou montagne



## Avis client : une heureuse surprise et un bon restaurant

Un accueil agréable et pro, des escaliers raides et un couloir qui fait craindre le pire et là des chambres avec une décoration de très bon goût, du mobilier neuf et pratique (prise en tête de lit, liseuses...) literie très confortable, Ouahou!  
Salle de bain nickel où tout est prévu y compris dentifrice et brosse à dents! On se croirait au Japon tant les attentions sont marquées.  
Un bar convivial, un repas copieux, très bon et servi avec le sourire...que l'on retrouve le lendemain au petit déjeuner

# Quelques illustrations en campagne...



# Quelques illustrations en haute montagne...



*"L'enveloppe du refuge faite de pierre, de bois et d'aluminium, favorise l'intégration au paysage, tout en faisant du refuge une destination visible", Sa conception architecturale bioclimatique, ouverte au nord et protégée des vents dominants du sud, fait du refuge un objet compact et trapu pour minimiser le linéaire de façade confronté aux intempéries et s'intégrer parfaitement dans le paysage du cirque de Barroude.» PN des Pyrénées 45 places, chantier 2025, livraison 2027*



Installé sur les versants du mont Skuta (Slovénie), à 2 000 mètres d'altitude, cet abri de 12 m<sup>2</sup> (sans toilettes) offre six couchages. Le projet a vu le jour en 2015 à la suite d'un workshop organisé à la Harvard Graduate School of Design. La construction se compose de trois modules préfabriqués en *öko skin*, un béton armé de fibre de verre, assemblés sur le site. La teinte grise du petit édifice s'intègre parfaitement dans le paysage rocheux tandis que deux façades transparentes en triple vitrage sécurisé y font entrer la lumière naturelle.

# En résumé :

## Les aspirations exprimées

- Un hébergement à vivre, privatif (location, avec familles ou amis, en résidence secondaire) avec des espaces à s'approprier
- Un hébergement proposant des activités pour se divertir, se relaxer
- Pas trop spartiate, avec un confort soigné
- Peut être plus cher pour des prestations éco-responsables, des lodges écolabellisés

## Des envies qui entrent en résonance avec l'offre du Couserans... en partie

Plus de dépaysement et de déconnexion : **oui**

Retour à la nature : **oui**

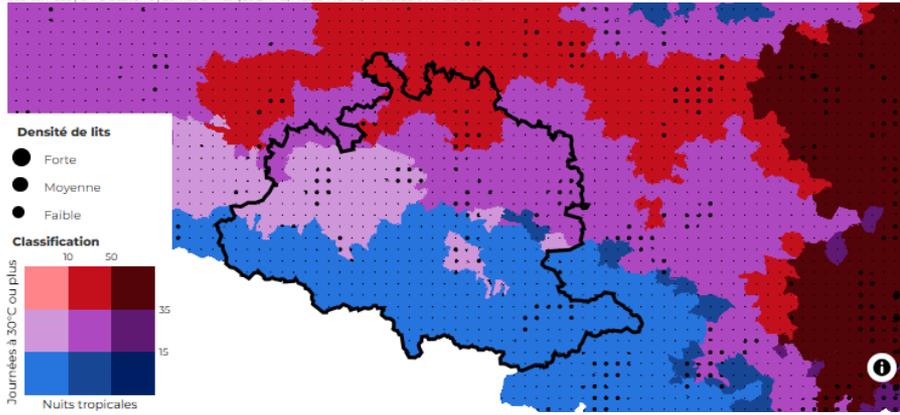
Convivialité et partage : **oui**

Plus de découverte et de confort : **?**

# Quel climat pour l'activité touristique de demain ?

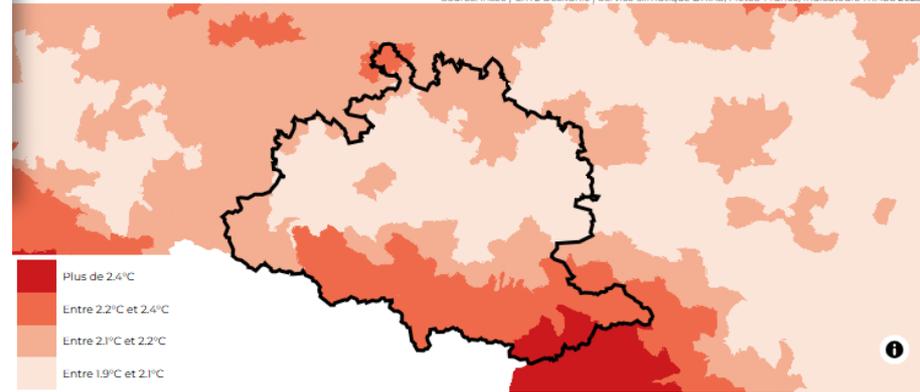
Fréquence des journées de fortes chaleurs et des nuits tropicales

Source: Insee | CRTL Occitanie | Service climatique DRIAS, Météo-France, Indicateurs TRACC 2023



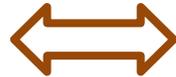
Hausse des températures annuelles moyennes (en °C) à horizon 2050 par rapport à la période 1976-2005

Source: Insee | CRTL Occitanie | Service climatique DRIAS, Météo-France, Indicateurs TRACC 2023

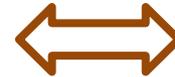


3 piliers essentiels :

Assimilation



Atténuation



Adaptation



# Des attentes à mieux appréhender

## Les attentes des publics ne sont pas toujours ceux des acteurs du tourisme

Sondage selon la méthode des quotas, échantillon de 1507 répondants grand public et 155 répondants socioprofessionnels, résultats avril 2023

### Des professionnels du tourisme qui sous-estiment l'attachement des Français au confort en vacances

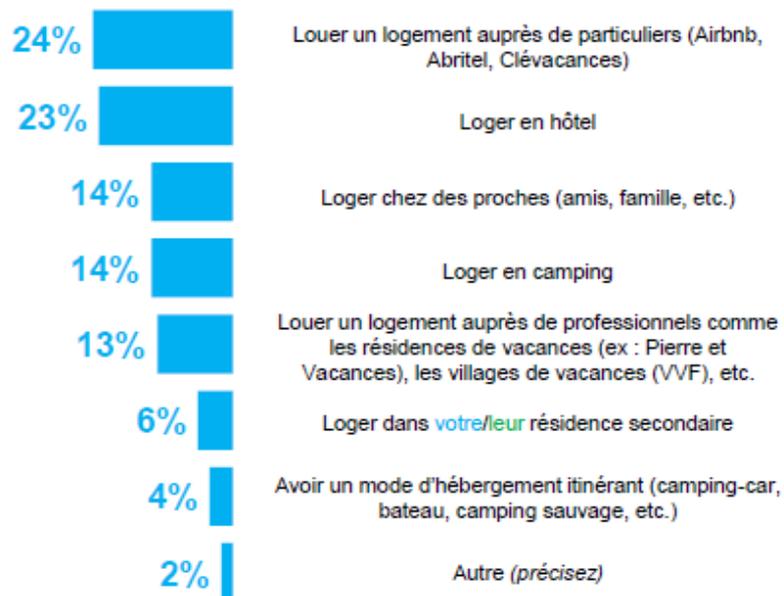
Vacances plus vertueuses vis-à-vis de l'environnement ne signifie pas forcément « vacances *roots* » ! Ainsi, comme en 2021, les Français tablent, à horizon dix ans, sur une préférence pour la location d'un logement auprès de particuliers (24%, -2) et l'hôtel (23%, +2). *A contrario*, les professionnels du tourisme sur-anticipent la priorité donnée aux locations aux particuliers (35%) – et aux modes d'hébergement itinérants (15%, contre 4% chez le grand public) – et sous-estiment grandement le recours à l'hôtel (9% seulement). De même, les professionnels ne sont que 41% à citer le confort comme critère important dans le choix de l'hébergement... contre 53% chez l'ensemble des Français. Au sein du grand public, la hiérarchie des priorités évolue peu par rapport à 2021, avec une exception notable : le coût de l'hébergement (61%, +2) a symboliquement dépassé le confort (53%, -7). Les effets de l'inflation se font désormais sentir, non seulement sur la façon dont les Français se projettent dans leurs vacances dans dix, mais aussi dès cette année...

# Le mode d'hébergement privilégié pour les vacances

## GRAND PUBLIC

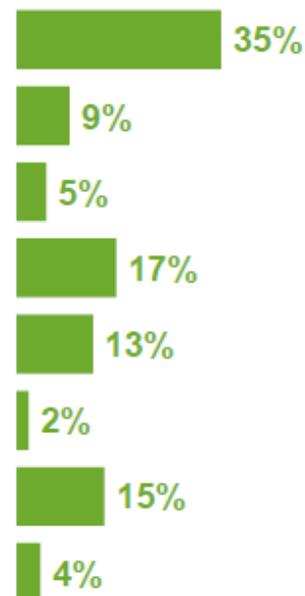
**Question :** Concernant votre mode d'hébergement, vous préféreriez... ?

Rappels
Avril 2021
26%
21%
12%
15%
12%
6%
6%
2%



## PROFESSIONNELS

**Question :** S'agissant plus précisément du mode d'hébergement, pensez-vous que, dans dix ans, les Français préféreront... ?

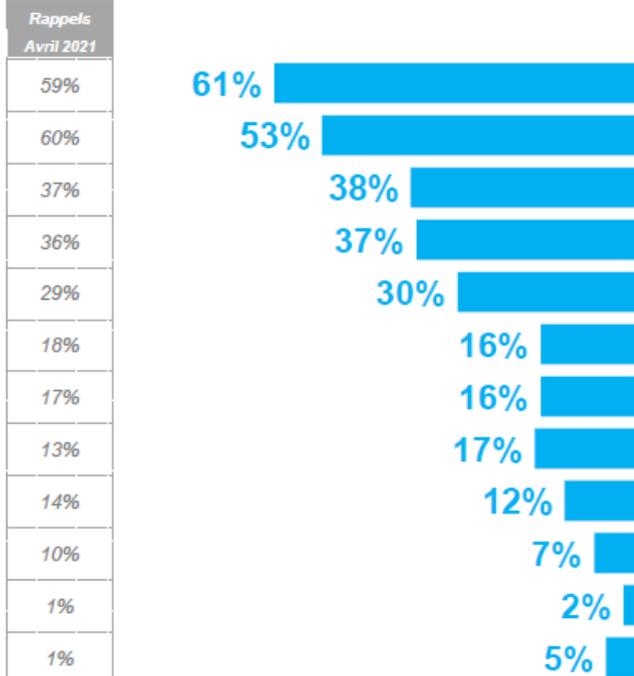


# Les critères les plus importants dans le choix de l'hébergement

## Récapitulatif : Total des citations

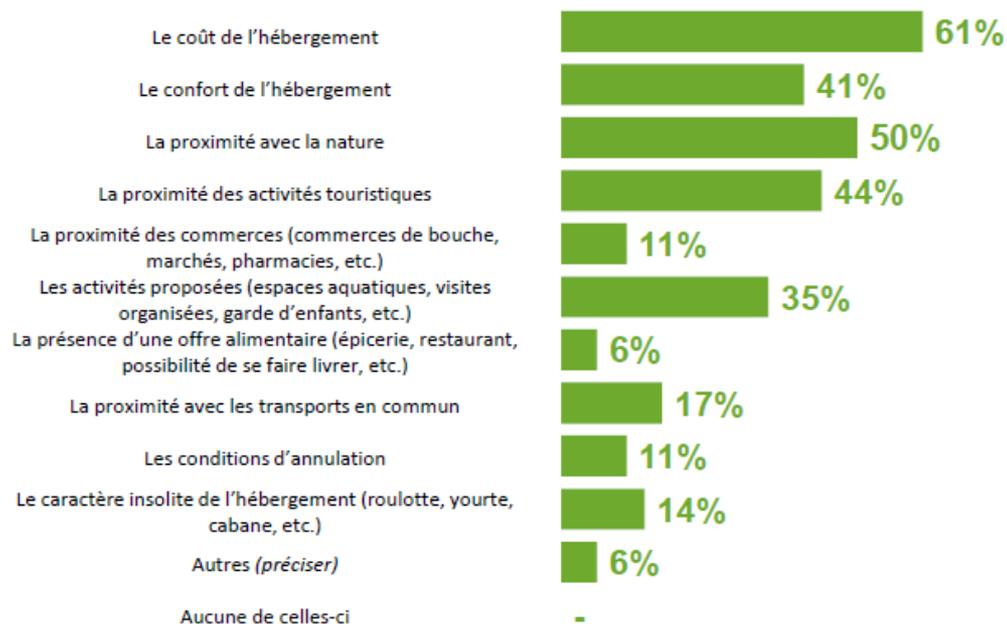
### GRAND PUBLIC

**Question :** Plus précisément, quels sont les critères qui vous sembleront les plus importants, dans dix ans, lorsque vous choisirez votre hébergement ? En premier ? En second ? En troisième ?



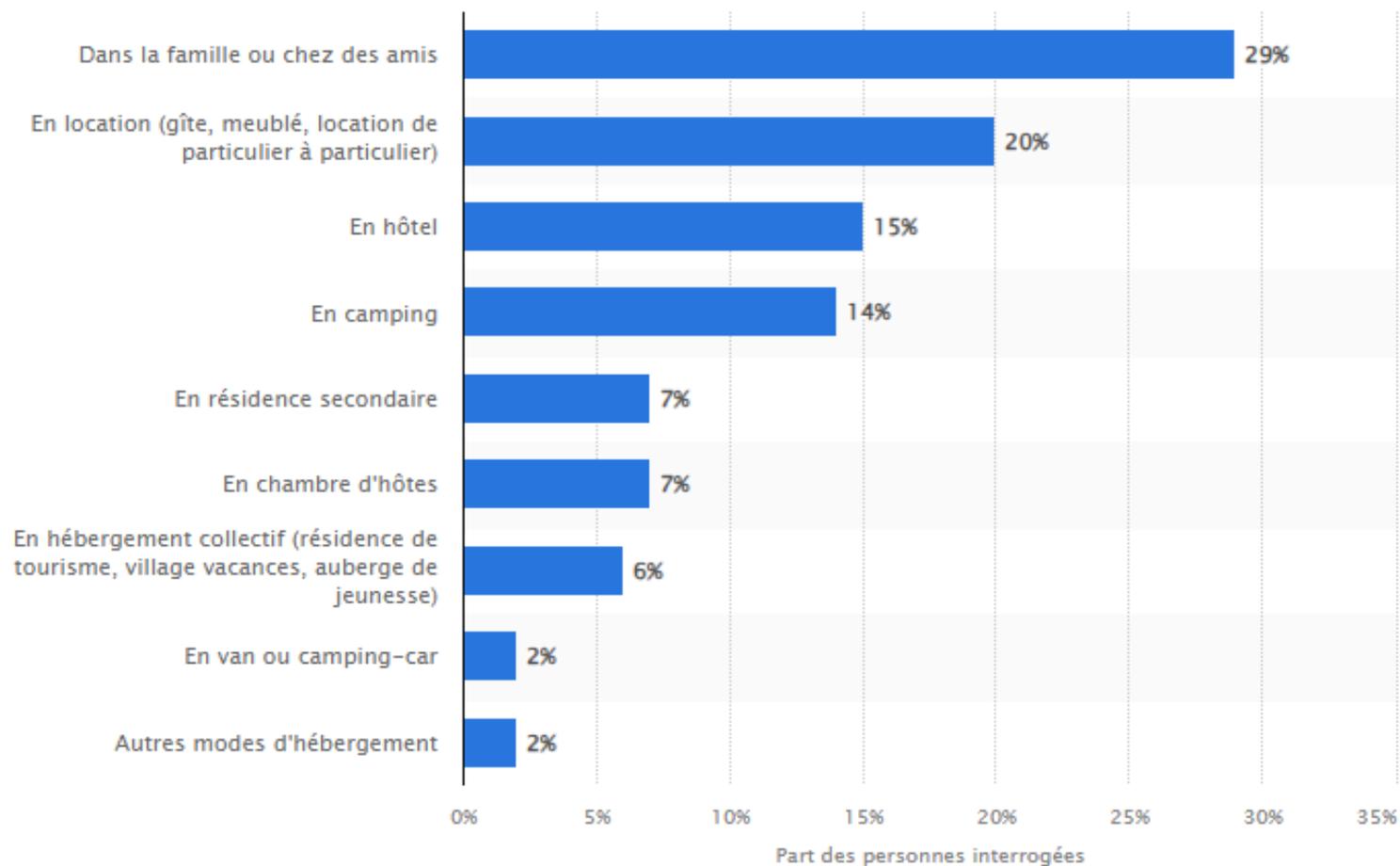
### PROFESSIONNELS

**Question :** Plus précisément, quels sont les critères qui vous sembleront les plus importants pour les Français, dans dix ans, lorsqu'ils choisiront leur hébergement ? En premier ? En second ? En troisième ?



# Quelle répartition de la consommation d'hébergement en France ?

population française en vacances en France à l'été 2023, échantillon de 3003 répondants, passation CAWI (Computer assisted web interview)



# Quels critères de qualité d'un hébergement touristique ?

L'offre d'hébergement joue un rôle crucial dans l'expérience des voyageurs, quel que soit le mode d'hébergement choisi

- L'hébergement est le poste le plus important d'une expérience de voyage
- L'un des critères clés dans le choix d'une destination
- Le sujet prioritaire du fameux rapport qualité /prix

La qualité d'accueil s'apprécie au travers du ressenti client

- L'accueil de l'hébergeur à l'hébergé
- La propreté et l'agencement
- Une information personnalisée sur les prestations, les services proposés

Des éléments basiques, qui s'appuient aussi sur le bon sens...

# Hébergement marchand en Couserans

ANALYSE BENCHMARK



# Benchmark marketing

EXEMPLES  
ANALYSES





## Benchmark : *S'inspirer de l'ailleurs pour réinventer l'ici*

### Territoires :

- **Exemple de la Normandie**
  - ✓ Une stratégie volontariste de mise à niveau marketing /transition durable
  - ✓ Plan d'action de montée en gamme et d'augmentation de la valeur ajoutée des hébergements
- **Exemple des Pyrénées Atlantiques**
  - ✓ Un plan de développement marketing durable permettant de moderniser et adapter l'offre tout en distinguant le territoire
- **Exemple PNR des Vosges du Nord**
  - Appui architectural à la rénovation de meublés dans du bâti ancien traditionnel
  - ✓ Bonnes pratiques (concept, positionnement, mise en marché, formation...)

### Hébergeurs :

- **Transhumance et Cie** (hôtel restaurant spa en Vallée d'Aspe)
  - ✓ Reprise d'un bâtiment désaffecté
  - ✓ Création d'un hébergement avec services dans un cadre insolite
  - ✓ Stratégie de repositionnement alliant meilleure gestion et stratégie marketing
- **Hotel St Sylvestre** (Vallée des Aldudes, Pays Basque)
  - ✓ Modernisation d'un hôtel existant
  - ✓ Création d'équipements
  - ✓ Stratégie d'anticipation pour une future transmission
  - ✓ Déclinaisons d'expériences clients
- **Auberge de Léo** (Foix)
  - ✓ Hébergement hybride mariant offre touristique et positionnement social et socio-culturel

### Dynamiques collectives :

- **Opération La Pierre St Martin 2025**
  - ✓ Cadre Atout France et fonds régionaux
  - ✓ Aide logistique 360° à la rénovation et à la mise en marché d'appartements froids ou en perte de vitesse
- **Opération « Repenser ma maison de vacances »**
  - ✓ Sensibilisation de propriétaires sur des astuces d'aménagement en lien avec les tendances actuelles
- **Rénovations de cabanes par Tous à Poêle**
  - ✓ Démarche collective associative
  - ✓ Rénovation et menus travaux sur un secteur géographique en montagne par une équipe de passionnés spécialisés
  - ✓ Frais de logement et logistique facturés uniquement (main d'oeuvre bénévole)

## Rénovation de lits froids en station de montagne

### Focus : opération rénovation d'appartement en station de montagne

Le dispositif a pour but de **faciliter la rénovation/modernisation** d'appartements en station, avec pour but d'améliorer l'offre, accroître la commercialisation et valoriser le patrimoine (Accompagnement à la rénovation de meublés de tourisme **La Pierre St Martin 2025**)

Les actions principales menées par le **réfèrent de l'OT Haut Béarn (1 ETP)** sont :

- Conseil en termes de réaménagements (plan en 3D)
- Gestion des devis auprès des artisans (250 000 € de devis)
- Conseil sur la dynamisation de la grille de tarifs
- Service de conciergerie (en option)
- Ex de mise en commercialisation en ligne <https://www.pyrenees-bearnaises.com/offres/appartement-furlan-arette-fr-2192133/>

### Avantages constatés

- Un modèle économique vertueux
- Des tarifs augmentés de 25 % minimum
- Une commercialisation plus dynamique (double de semaines, location last minute même si peu d'enneigement)
- L' image de la station tirée vers le haut

### Autres atouts

La propriétaire qui était sur le point de vendre retrouve avec plaisir son appartement, y passe plus de temps en toutes saisons, et ressent un ancrage plus fort avec la station et son environnement tout en étant fière de participer à la montée en gamme de la station

### Transposabilité au Couserans

La démarche concernant la station de Guzet Neige. De façon plus générale, le frein à la rénovation des appartements et le sujet des lits froids n'est pas qu'une question de budget. L'appui technique et logistique, les services plus sont bien plus importants pour générer un retour sur investissement satisfaisant





## Opération « Repenser ma maison de vacances »

### Focus : opération rénovation de meublés

Le dispositif à une extension en piémont avec une opération **Repenser ma maison de vacances**, pensée pour augmenter la fréquentation à l'année et diversifier les clientèles.

Accompagnement conseil en rénovation, mise à disposition de **fiches techniques** pour imaginer la maison de vacances du futur avec les critères :

- Une décoration actuelle, une literie récente et confortable, des équipements audio et vidéo
- Des espaces de vie intérieur et extérieur pensés pour partager moments de convivialité et émotions nouvelles : terrasses aménagées, ouvertures sur le paysage, salles de bains converties en espaces de bien-être, bassins pour se rafraîchir, grande pièce à vivre ( détente, jeux), jardins paysagers...

### Autres avantages

- Maitrise des factures énergétiques
- Fidélisation des clients
- Coordination des artisans
- Proximité avec le tissu économique local
- Abattement fiscal en lien avec le classement du meublé
- Profiter des actions de promotion et de commercialisation de l'OT

PROGRAMME  
**REPENSER  
MA MAISON  
DE VACANCES\***



### 2 obligations

Faire classer son meublé

Adhérer à l'OT de compétences



L'AMBIANCE RECHERCHÉE

### Transposabilité au Couserans

Le territoire des Pyrénées Béarnaises affiche des caractéristiques similaires au Couserans :

- 7000 lits touristiques / 32 000 habitants
- Un tourisme diffus
- Une image très nature, GR10/ GR78
- Des hébergements vieillissants
- Des lits froids, peu de lits hôteliers
- Une saisonnalité marquée
- 1 station classée de ski de descente
- Pas de totem touristique fort
- 1 ville en piémont



## Requalification d'une ancienne gare en hôtel spa

### Focus : hébergement hôtelier insolite et évolutif - Transhumance et Cie (Vallée d'Aspe)

Le projet d'hébergement insolite est une implantation d'hébergement dans le cadre du réaménagement d'une gare désaffectée (9 chambres 3\*\*\*+ 2 appartements) Esprit Parc National

L'offre se distingue par une démarche d'ancrage territorial forte.

La lourdeur de gestion administrative (sécurité, veilleur de nuit) pour le nombre de chambres gérées interroge sur la rentabilité du projet et l'équilibre vie privée/vie professionnelle de ses gérants.

Projet de **classement en auberge collective** avec une offre hybride chambres doubles, location meublés, dortoir amélioré (familles, mini groupes randonneurs) et capter une clientèle plus jeune (hostel/spa de montagne)



### Facteurs de succès

Les points forts de l'établissement :

- Cadre **insolite**
- **espace bien-être** (mauvais temps)
- **Ancrage local et écosystème touristique** : événements locaux, relations établies avec prestations environnantes, objectif de faire partager le territoire
- Une **démarche évolutive** (aménagement d'un wagon pour accueillir des groupes)



### Transposabilité au Couserans

- Penser originalité/expérience client
- Services : location peignoir, bornes de recharge électrique, champagne
- Imaginer élargir sa clientèle par une offre hybride et un positionnement différenciant affirmé



## Rénovation d'un hôtel rural (équipements, services)

### Focus : Rénovation d'un hôtel rural - Hotel St Sylvestre ( Vallée des Aldudes, Pays Basque )

<https://www.stsylvestre-paysbasque.com/>

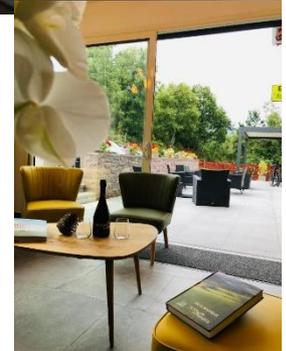
Le gérant a entrepris des travaux de montée en gamme de l'établissement durant les confinements, permettant de passer de 2 à 3 étoiles (double vitrage, isolation thermique, douches italiennes, WC suspendus, acoustique salle du restaurant...). Label Logis Hotel. Evolution ayant permis un gain de 15 à 20 points de fréquentation, un renouvellement de clientèle, une image plus qualitative, des tarifs de chambres augmentés et encore revus en 2026. L'appartement de fonction est un avantage pour une future transmission. Le gérant envisage à l'avenir de nettoyer un petit terrain (chaises longues) et de louer des vélos électriques.



### Facteurs de succès

Les points forts à retenir :

- Projet alternant **tradition et tendances** actuelles
- Équipements et **services plus** (chambres donnant sur terrasse, service de massages / randonneurs)
- Un appartement de fonction avec accès privatif dans l'hôtel facilitant gestion au quotidien et **valeur de l'actif**
- **Identité** gardée (meubles) et repensée



### Transposabilité au Couserans

- Capacité comparable (10 chambres)
- Produits locaux (restauration)
- Facilitation future transmission
- Services plus, équipements simples à imaginer



## Un hébergement multi usages et multi publics

### Focus : lancement d'un hébergement hybride - Auberge de Léo (Foix)

L'auberge de Léo est une auberge /centre social , (auberge de jeunesse revisitée) dans un esprit de lieu hybride, ouvert à tous types de clientèles et d'activités, proposant 42 lits et 4 studios, restauration et « bouillon de culture » avec expositions, concerts, soirées débat ou ateliers.

C'est à la fois un lieu de vie, une solution économique d'hébergement (résidence étudiants) et un lieu de rencontres professionnelles (7 salles de réunion) et un cadre extérieur valorisé (placette végétalisée)

En cours de label Accueil Vélo.



### Facteurs de succès

- Multiplication de clientèles
- Projet associatif socio touristique
- Options en restauration : menus végétariens, menus étudiants
- Evènements réguliers
- Positionnement prix assumé
- Fonctionnalité : wifi, appli évènements



### Transposabilité au Couserans

- Lien avec la vie locale à renforcer
- mixité des clientèles à développer
- Facteur convivialité
- Positionnement prix à affirmer



## Une stratégie pour répondre aux évolutions

### Focus : Stratégie Normandie

- **Des objectifs socioéconomiques et touristiques :**
- Répondre aux évolutions des attentes des clients
- Proposer des offres diversifiées dans le temps et l'espace, adaptées aux nouveaux défis écologiques et environnementaux
- Favoriser les économies potentielles liées à la performance environnementale des entreprises
- Développer la consommation des touristes en séjour sur le territoire
- Enrichir l'expérience clients
- Assurer et développer des retombées économiques
- Renforcer l'attractivité de la destination

### Exemples d'actions projetées

- **Accompagner la montée en gamme et l'augmentation de la valeur ajoutée** des offres d'hébergement
- Accompagner le développement d'une offre **adaptée aux aspirations des clientèles**
- **Encourager l'émergence d'hébergements touristiques de demain** (intégrés dans les espaces urbains et paysagers fragiles, moins impactant au plan des espaces et des sols)
- **Conseiller les acteurs touristiques dans leurs actions face aux évolutions (conseil, aide à la transition, labels)**
- Accompagner les acteurs dans la **mise en tourisme de leur offre de loisirs**

### Stratégie de développement touristique pour la Normandie

2022-2028



RÉGION  
NORMANDIE

### Une approche logique

Regarder mieux aujourd'hui pour préparer demain

S'adapter aux nouveaux défis  
Prendre le bon virage face aux évolutions

## Un plan d'adaptation de la filière hébergement

### Focus : Pyrénées Atlantiques

- Le plan d'action issu des Assises du Tourisme de l'ADT 64 en 2021, a pointé les enjeux auxquels la filière hébergement est confrontée
- Un plan d'adaptation a été imaginé avec pour objectifs de :
- Faire progresser les ailes de saison et le hors saison
- Evaluer la santé économique des établissements (avec l'UMIH et la fédération HPA)
- Accélérer la mutation des hébergements touristiques vers un modèle écoresponsable
- Stimuler une nouvelle offre de nouveaux concepts (slow tourisme) et de projets novateurs (AJ/hostels nouvelle génération, hébergements écoresponsables, surf camp, refuges...)

### Et encore

- Identifier des sites à potentiel d'hébergement touristiques et le foncier disponible
- Travailler sur des produits expérientiels et outdoor
- Mettre en avant une offre d'hébergement en itinérance sur des sites moins fréquentés
- Renforcer l'approvisionnement en circuits courts, la valorisation des produits locaux « made in... », de l'agriculture raisonnée et de l'éducation à l'environnement
- Faire du 64 un département leader en matière d'installation de bornes électriques de recharge de véhicules chez les hébergeurs

### 4 Axes conjugués

1. L'identité
2. La modernité
3. La chaîne de valeur
4. Le développement durable





## Un dispositif d'accompagnement par un PNR

### Focus : PNR des Vosges du Nord

- Depuis quelques années, un dispositif a été mis en œuvre pour aider les propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes à actualiser leur offre pour mieux répondre à la demande.
- Sous forme d'appel à manifestation d'intérêt, le PNR sélectionne des projets de création ou de modernisation parmi les candidats qui déposent un dossier
- **Objectifs : montée en gamme des hébergements, estimation réaliste des projets et travaux à conduire, valoriser les patrimoines bâtis auprès des visiteurs, augmenter le niveau de service, augmenter le nombre d'hébergements sur des itinérances stratégiques GR53 (Traversée du Massif des Vosges)**
- **Conditions : réhabiliter un bâtiment construit avant 1948 avec des matériaux issus de ressources locales**

### Un archi pour mon gîte

**Des conseils architecturaux gratuits (cabinet spécialisé en réhabilitation de bâti ancien), visant :**

- *L'éco-rénovation du bâti*
- *Utilisation de matériaux locaux*
- *Ambiance représentative des Vosges du Nord*
- *Lien avec l'itinérance (GR53 et variantes) et/ou sites touristiques majeurs*

**Engagements à terme :**

- *Viser un classement 3 étoiles Atout France, un label*
- *5 années minimum d'activité touristique*
- *Adhésion à l'OT et à la marque « Valeurs Parcs »*
- *Commercialisation digitale obligatoire*
- *1 formation professionnelle par an pour le porteur de projet*

### Etapes

1. Etat des lieux
2. Analyse règlementaire et programmatique
3. Etablir 2 scénarii contrastés de projets (croquis, plan, budget)
4. Esquisse du projet retenu





## Rénovation et repositionnement de chalets de vacances

### Focus : opération rénovation des chalets d'Iraty

**35 chalets répartis dans la forêt d'Iraty** datant des années 70 (Pays Basque) qui ne correspondaient plus aux attentes clients et entraînaient une baisse constante du remplissage et de mauvais avis clients.

Une action volontariste de **rénovation et de mise au goût du jour** sur plusieurs années :

- Changements intérieurs : espace séjour plus spacieux, éclaircissement (couleurs, ouvrants)
- Matériaux utilisés pour sols et murs faciles à nettoyer
- Travaux thermiques : isolation des toits, menuiseries changées, double vitrage, robinets économiseurs d'eau, ampoules LED, douches italiennes
- Modification de la grille tarifaire qui était trop figée (tarifs chalets premium...), flexibilité tarifaire selon le remplissage
- Des services : food truck, point de restauration en été, plats à emporter (accent fort sur les produits locaux, liens avec producteurs, vente en



### Constats

- CA doublé en 15 ans
- Amélioration étalement des séjours
- Clientèles nouvelles (actifs, groupes de jeunes, séminaires d'entreprise)
- Fidélisation des clients
- Attachement fort (communautés de clients)

**D'une contrainte en tirer une opportunité et une force marketing et commerciale**



### Un travail sur le positionnement

D'une situation longtemps subie d'un hébergement décalé et isolé dans la nature, le concept a évolué vers :

- Positionnement bien être/immersion totale nature
- Offre expérientielle par la déconnection et la contemplation
- Recrutement de clients affinitaires et de professionnels (association d'osthéopathes pour des bains de forêt)
- Une image forte et affirmée, une promesse tenue
- Des projets légers : troncs d'arbres, hamacs...



## Offres à valeur ajoutée en hôtellerie de plein air ou ailleurs...

### Focus : personnalisation des offres

**Marier services, confort et nature** : c'est le tiercé gagnant de campings cherchant à renouveler leur clientèle autour des concepts glamping (luxe), innovation (insolite) ou travailler la segmentation pour ne pas s'enfermer dans un modèle unique de couple/produit

**Pour les demandes de courts séjours itinérants** (randonnée pédestre, cyclotouriste, VTT, ou pêche, chasse), prévoyez deux formules : l'une toute équipée pour dormir et cuisiner, l'autre plus sommaire pour dormir avec un espace pour stocker le matériel. Pour des **demandes de groupes**, disposer d'un espace collectif permettant de se restaurer (office en gestion libre), de se réunir et de s'amuser. **Pour les couples** : formule une seule chambre, module isolé, une décoration soignée, des services personnalisés.

Proposer une **vitrine originale et attractive par un modèle haut de gamme** confort, bien inséré dans son environnement, avec une forme atypique.

### Autres pistes

- **Variez la surface des emplacements** : en fonction du niveau de gamme, il est intéressant de proposer des tailles différentes d'emplacements (possibilité d'ajouter une tente pour la famille de passage (avec supplément). Le luxe c'est l'espace et non les normes réglementaires de m<sup>2</sup>.
- **Variez les formes** des emplacements (arrondis) et créer des univers par type d'espaces avec des points de convivialité.
- **Éloignez la voiture des emplacements** pour les concentrer sur un parking afin de favoriser une ambiance sécuritaire pour les enfants



# 7 enseignements à tirer du benchmark :

# 7

- **Penser services clients et aménités de confort** : terrasse aménagée, spa, bornes de recharge, chaises longues, plat végétarien, champagne à l'arrivée, cabane ravitaillée...
- **Une visibilité accrue tout en maîtrisant le budget** : jouer l'insolite sur 1 chambre ou 1 logement et gagner en repère sur le marché
- **Un lieu ou des espaces vivants d'évènements** : capter des clients, créer du lien, s'ancrer sur un territoire, avec des partenaires
- **Un nouvel équipement ?** Oui s'il est intégré dans le paysage
- **Un positionnement prix assumé et affirmé** avec des tarifs étudiés
- **De nouvelles appellations pour une image renouvelée** en lien avec les tendances : classement Auberge Collectives, hostel, auberge spa de montagne...
- **Penser future transmission** : logement de fonction dans la structure d'hébergement, plan de développement et de modernisation

## 4 impacts positifs :

# 4

- **Une activité relancée**, de 15 à 20% de plus, à minima
- **Une rentabilité plus solide**, par un étalement dans l'année des réservations
- **Des tarifs rehaussés**, plus en phase avec la qualité de l'environnement
- **Une clientèle renouvelée**, plus fidélisée, plus jeune, plus active



- **Des marges de ré-investissement**
- **Une situation plus attractive en cas de cession**

# Benchmark transition écologique

EXEMPLES  
ANALYSES





## Benchmark : *S'inspirer de l'ailleurs pour réinventer l'ici*

### Concepts :

- **Au 46 (Bénodet, Finistère)**
  - ✓ Chambres d'hôtes et tables d'hôtes écologiques
  - ✓ Eco-label européen
  - ✓ Lieu de vie « éco-friendly »
  - ✓ Cuisine bio, locale de saison, à dominante végétale
- **Hôtel Almanarre plage (Hyères, Var)**
  - ✓ Concept d'éco-hôtel durable
  - ✓ Label Esprit parc Port-Cros
  - ✓ Activités marines et mobilité douce (vélo, kayak, paddle, etc.)
  - ✓ Cadre maritime préservé
- **Camping La Serre (Aigues-vives, Ariège)**
  - ✓ Concept éco-camping
  - ✓ Bonnes pratiques intégrées (zéro déchets, électricité renouvelable, etc.)

### Hébergeurs :

- **Hôtel Solenca (Nogaro, Gers)**
  - ✓ Eco-label européen
  - ✓ Hôtellerie traditionnelle ayant inclus une démarche éco-responsable
  - ✓ Hôtel de milieu de gamme (3\*) conciliant logique économique et vertu écologique
- **Auberge Borda (Saint-Michel, Pyrénées-Atlantiques)**
  - ✓ Auberge de montagne située sur les hauteurs de Saint-Jean-Pied-de-Port
  - ✓ Eco-label européen
  - ✓ Eau de source (usage raisonné), autonomie en électricité renouvelable
- **Centre de vacances la Salamandre (Arrens-Marsous, Hautes-Pyrénées)**
  - ✓ Village de vacances
  - ✓ Démarche « Fond tourisme durable »
  - ✓ Eco-conception et végétalisation

### Territoires :

- **Région Bretagne :**
  - ✓ Engagement territorial fort
  - ✓ Politique de labellisation massive
  - ✓ Concepts éco-responsables inspirants
  - ✓ Volonté de faire du territoire un pionnier du tourisme durable
  - ✓ Forte sensibilité des habitants du territoire accentuée par l'environnement naturel (transposable au Couserans)



## L'Almanarre Plage : un hébergement exemplaire



### Focus : Hôtel Almanarre plage

L'hôtel est situé aux frontières du parc National de Port-Cros, proche de la plage de l'Almanarre. Il s'inscrit dans la démarche tourisme durable et se veut un « éco-hôtel », concept qui lui offre un positionnement stratégique fort.

Les actions principales menées par l'hôtel sont :

- Usage raisonné de l'**eau**,
- Suivi des consommations d'**électricité**,
- Réduction et tri assidu des **déchets**,
- Démarche d'**évaluation et de progression** (étiquette environnementale actualisée chaque année, bilan carbone complet)
- Labellisation (Clef verte et Esprit Parc)

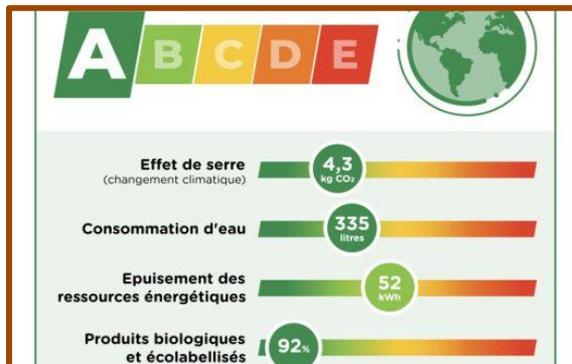
### Activités de nature

L'hôtel parvient à appuyer sa démarche de durabilité par une connaissance solide du milieu naturel et des recommandations vers des activités de découverte, toujours dans la sobriété :

- Balade en **kayak transparent**
- Cours de **Kitesurf et de Windfoil**
- Balade en **Paddle**
- **Plongée sous-marine**

### Transport vert, vélo offert

L'établissement propose, pour encourager ses clients à avoir recours à la mobilité verte, la possibilité de profiter d'une location de vélo gratuite pour toute la durée du séjour à condition de venir en train ou en bus (sur présentation du titre de transport).



### Transposabilité au Couserans

Le cas de l'hôtel Almanarre plage peut-être une source d'inspiration fertile pour le Couserans, dans la mesure où la présence d'un environnement naturel préservé semble être la condition la plus forte pour la réussite d'un tel concept. Au-delà de la politique durable intéressante pour un hôtel de ce type, l'offre « transport vert », vélo offert brille par sa créativité.



## La région Bretagne : le tourisme durable, ça vous gagne



Région  
**BRETAGNE**

### Focus : Région Bretagne

- **Territorial** : volonté de faire de la Bretagne une région pionnière sur les enjeux de développement touristique durable. Cette orientation est ostensiblement exprimée lors du conseil d'administration de « Tourisme Bretagne » et soutenue par les collectivités.
- **Hébergeurs chefs de file** : Quelques établissements s'engagent dans une réelle démarche écologique (haut de gamme pour la majorité) par des concepts innovants, qui font office de vitrine pour le territoire (cf. Au 46)
- **Labellisation massive** : La région Bretagne se caractérise par de très fortes dynamiques de labellisation, notamment sur l'éco-label européen, pour lequel elle constitue un pôle remarquable.

### Une stratégie durable

Les objectifs affichés par le territoire sont les suivants :

- *Faire de la Bretagne une destination pionnière sur les enjeux de développement touristique durable*
- *Soutenir les acteurs de la filière dans leur développement et leurs transitions*
- *Contribuer à la meilleure répartition des flux dans le temps et l'espace afin de permettre à tous les territoires de bénéficier du tourisme*
- *Renouveler et moderniser l'image touristique de la Bretagne pour attirer des primo-visiteurs hors Bretagne (ou assimilés), dans une phase de séduction et d'aide à la concrétisation du voyage*

### 4 partis pris structurants

1. L'identité bretonne
2. Le partenariat public-privé
3. La chaîne de valeur du tourisme
4. Le développement durable



Cinq hôtels écolo... chics !  
Alliez charme et durable



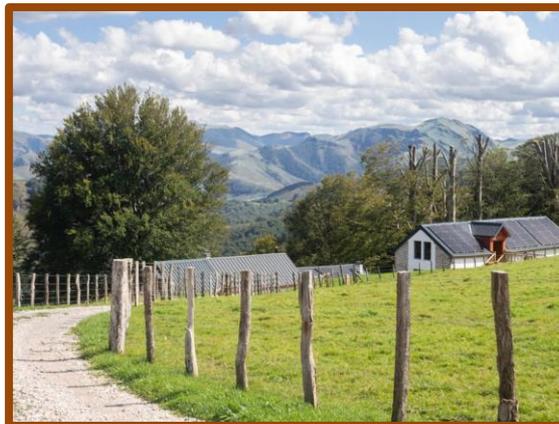
## L'auberge Borda : une halte éco-authentique

### Focus : Auberge Borda

L'auberge Borda est une ancienne cabane pastorale restaurée en auberge de montagne. Elle est située au pied du col de Roncevaux, et s'adresse donc particulièrement aux pèlerins des chemins de Saint-Jacques de Compostelle. Elle comporte trois dortoirs de 4 personnes.

L'auberge se distingue par sa démarche écologique forte :

- **Autonomie** en énergie électrique,
- **Gestion raisonnée** de l'eau,
- Utilisation **d'eau de source**,
- **Eco-label européen**.



### Facteurs de succès

Les points forts de l'établissement, largement soulignés dans les témoignages, sont les suivants :

- Qualité de l'accueil,
- Cadre **d'exception**,
- **Convivialité** (repas partagé) et authenticité (simple mais confortable),
- **Histoire et âme** du lieu (ancienne cabane)
- **Cohérence écologique**.

### Transposabilité au Couserans

- Hébergement d'itinérance ;
- Cadre naturel ;
- Rusticité et convivialité ;
- Ame du lieu.



# 5 enseignements à tirer du benchmark environnement :

# 5

- **La performance environnementale, un levier d'équilibre économique** : réduction des coûts fixes, extension de la saison, anticipation des contraintes réglementaires ...
- **Un atout marketing non négligeable** : le critère environnemental est de plus en plus discriminant dans le choix des hébergements, et in fine des destinations
- **Une opportunité de différenciation** : de multiples concepts peuvent être générés à partir d'une démarche écologique aboutie
- **Un outil de résilience** : dans un contexte instable, l'anticipation des risques augmente la robustesse vis-à-vis des chocs à venir
- **Un alignement avec l'identité du territoire** : pour un tourisme en synergie avec une nature qui fait le sel de l'identité du Couserans



# Hébergement marchand en Couserans

ORIENTATIONS  
DU PLAN  
D'ACTION



## 3 orientations pour agir sur le terrain et dans la durée

### Enjeux opérationnels

#### Objectifs :

- **Pérenniser et développer l'activité économique de structures d'hébergement prioritaires**
- ✓ 2 fiches action
- ✓ Cible visée : hébergeurs
- ✓ *Possibilité d'engager les actions à court terme pour un retour prévisible sur investissement*

### Enjeux de développement

#### Objectifs :

- **Accélérer les opportunités d'investissements nécessaires et faciliter les transmissions d'affaires**
- ✓ 3 fiches action
- ✓ Cible visée : institutionnels
- ✓ *Des actions à mesurer dans le temps long tout en enclenchant rapidement les premiers jalons*

### Enjeux spécifiques à l'itinérance

#### Objectifs :

- **Comblent les manques en termes d'offre sur les grands itinéraires et anticiper les nouveaux usages**
- ✓ 2 fiches action
- ✓ Cible visée : institutionnels et hébergeurs liés à l'itinérance
- ✓ *Une réflexion à entamer pour une mise à niveau nécessaire à court et moyen termes*

# Hébergement marchand en Couserans

7 FICHES ACTION



**Action n°1 : Programme innovant de formation au développement économique auprès des hébergeurs (marketing, commercialisation, transition environnementale)**

**Problème(s) traité(s) par l'action**

De nombreux hébergeurs touristiques du Couserans mettent insuffisamment en valeur leur établissement sur le marché, par manque de positionnement marketing clair, ce qui entraîne des défauts de commercialisation, notamment hors périodes de forte demande et fragilise l'activité. Une action de sensibilisation est nécessaire pour pallier ces écarts.

**Parties prenantes**

Pilote :  
 ADT 09

Partenaires :  
 OT Couserans / Club hébergeurs  
 CCI  
 UMIH, autres fédérations d'hébergement  
 Presse

Prestataire : e-learning

**Budget  
 Ressources**

Coût d'ingénierie, synopsis et réalisation d'une première série de 5 modules de micro-learning : 3-5 K€

Temps total d'animation : 10 journées estimées

**Etapes intermédiaires**

- 1: création et animation d'une visio de sensibilisation (disponible en replay)
- 2: montage et mise en ligne d'une série de modules courts de e-learning (micro-learning) destinés à faire prendre conscience des enjeux commerciaux et environnementaux
- 3: pré-inscription RDV individuel (fiche 2)

**Livrable :**  
 Programme Boost hébergement

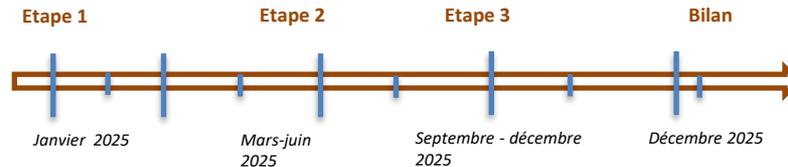
**Résultats attendus**

Générer une prise générale de conscience des besoins  
 Créer une attente d'accompagnement  
 Un meilleur positionnement sur le segment du tourisme durable

**Critères d'évaluation**

Audience de la visio  
 Audience de la série micro-learning  
 Pré-inscriptions aux RDV individuels

**Calendrier :**



## Action n°1 : Programme innovant de formation au développement économique auprès des hébergeurs (marketing, commercialisation, transition environnementale)

### Conditions de réalisation de l'action / informations complémentaires

#### Importance du travail préparatoire :

La **séquence de visio** doit donner envie d'aller plus loin. Un temps de parole de gérants d'hébergements engagés dans une démarche marketing et environnementale sera déterminant pour faire adhérer les participants. La sélection et la participation proactive de ces « **grands témoins** » peuvent être la clé de l'effet booster envisagé. Les modules de e-learning devront de façon simple et ludique faire connaître **les critères clé de la performance économique** (positionnement et prix, gestion efficace des ressources, visibilité digitale, appui des labels, commercialisation), **la transition écologique étant abordée comme un des moyens d'une bonne santé économique et d'une meilleure différenciation**. Les synopsis seront à créer en partenariat étroit avec l'ADT09.

#### Force de relais indispensable :

Un pool de partenaires à solliciter afin de relayer la communication sur le programme « Boost hébergement ». avec leurs propres moyens et supports. Un **kit de communication** pourra les y aider : pitch, communiqué de presse. La PQR et la presse écrite spécialisée (journaux l'Hôtellerie, Accueillir magazine, La Gazette Officielle...) seront à approcher en amont afin de susciter des articles.

#### Effets domino potentiels :

En intervenant sur le territoire du Couserans, l'ADT 09 propose **une action pilote innovante**, qui peut être déployée ultérieurement (autres professionnels du tourisme, autres micro-territoires de l'Ariège). Les supports mis en ligne constituent une étape préalable à des actions d'accompagnement individualisées (voir fiche action 2).

### Points de vigilance

**Capacité à mobiliser les gérants** : il est constaté que certains gérants d'hébergements touristiques restent éloignés de l'offre de formation par manque de disponibilité, de réflexe ou d'habitude dans ce domaine, alors que leur activité pourrait directement bénéficier de cet apport. **Le rôle des acteurs intermédiaires sera essentiel pour relayer l'information sur les nouveaux outils proposés.**

**Niveau d'attractivité des supports** : afin de déclencher un nouveau regard et un effet de levier sur les thèmes présentés, le support sera visuellement marquant et apportera de la matière sur les avantages économiques à retirer de la démarche. **La visio comme les contenus de micro-learning viseront à susciter un intérêt immédiat**

**Action n°2 : Créer une locomotive d'une dizaine d'hébergeurs vers une démarche économique aboutie par la transition environnementale et la montée en gamme**

**Problème(s) traité(s) par l'action**

Il existe de forts écarts offre/demande, notamment au niveau de la gamme, de l'état du bâti et des labellisations, qui nuit au développement touristique du Couserans. Une opération d'amorçage est nécessaire.

**Parties prenantes**

**Pilote**  
OT Couserans

**Partenaires**  
CCCP  
Département 09  
ADT 09  
CCI  
PNRPA  
UMIH  
UNAT

**Budget / Ressources**

Estimation du coût de mise en place et d'aide au ciblage : 4-6K€

Estimation du temps d'accompagnement proposé : 40 journées (30-40k€ hors subventions éligibles et fonds de formation).

**Etapes intermédiaires**

- 1: Actions de sensibilisation auprès des hébergeurs pour mettre en avant les dispositifs d'accompagnement pertinents (via le *club hébergeurs*)
- 2: Identification et ciblage des gérants susceptibles d'être intéressés
- 3: Mise en relation avec des experts susceptibles de réaliser lesdits accompagnements et aide au financement

**Livrable**

Accompagnement d'un groupe d'hébergeurs (étape 4)

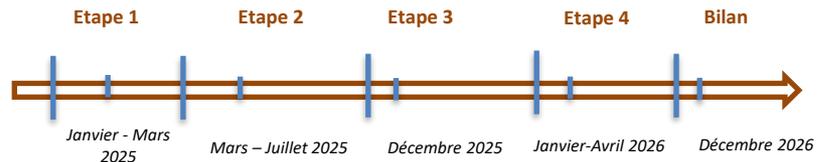
**Résultats attendus**

Amélioration de l'offre d'hébergement  
Gains économiques et environnementaux pour les hébergeurs (à terme)

**Critères d'évaluation**

Satisfaction des hébergeurs  
Adéquation offre/demande (notation par les visiteurs)  
Evolution taux de remplissage  
Nombre de nouveaux labellisés ou de dispositifs activés

**Calendrier :**



## Action n°2 : **Créer une locomotive d'une dizaine d'hébergeurs vers une démarche économique aboutie par la transition environnementale et la montée en gamme**

### Conditions de réalisation de l'action / informations complémentaires

#### Objectif d'accompagnement :

Favoriser la montée en gamme économique et environnementale (labellisation – éco-label européen, transition écologique, services additionnels, modernisation et projets de rénovation...) et l'innovation

#### Contenus d'accompagnement :

- Apporter des conseils sur **le produit et son positionnement** marketing et commercial potentiel (marché/clientèle/pricing/positionnement tourisme durable)
- Appui à l'accompagnement par des **diagnostics environnementaux** à vocation de gains économiques et écologiques conjoints (Diags Climat BPI France)
- **Appel à projet spécifique avec objectif de 2 ou 3 hébergements certifiés**
- Apporter un appui au montage de dossiers (nouveau dispositif d'aide à l'immobilier touristique, subventions tourisme durable)

#### Mode de communication auprès des hébergeurs :

Le **club hébergeurs de l'OT Couserans** permet d'entretenir un lien tenu avec les hébergeurs, et via un atelier dédié aux aides et accompagnements, à cibler les besoins et à les confronter aux dispositifs d'accompagnement à mobiliser.

L'appui sur ce club semble très opportun pour avoir accès aux problématiques des hébergeurs et faire le lien avec les experts pertinents. Le groupe pilote des 10 hébergeurs pourrait inclure hôtels, centres d'hébergement collectifs, gîtes, refuges, structures communales.

### Points de vigilance

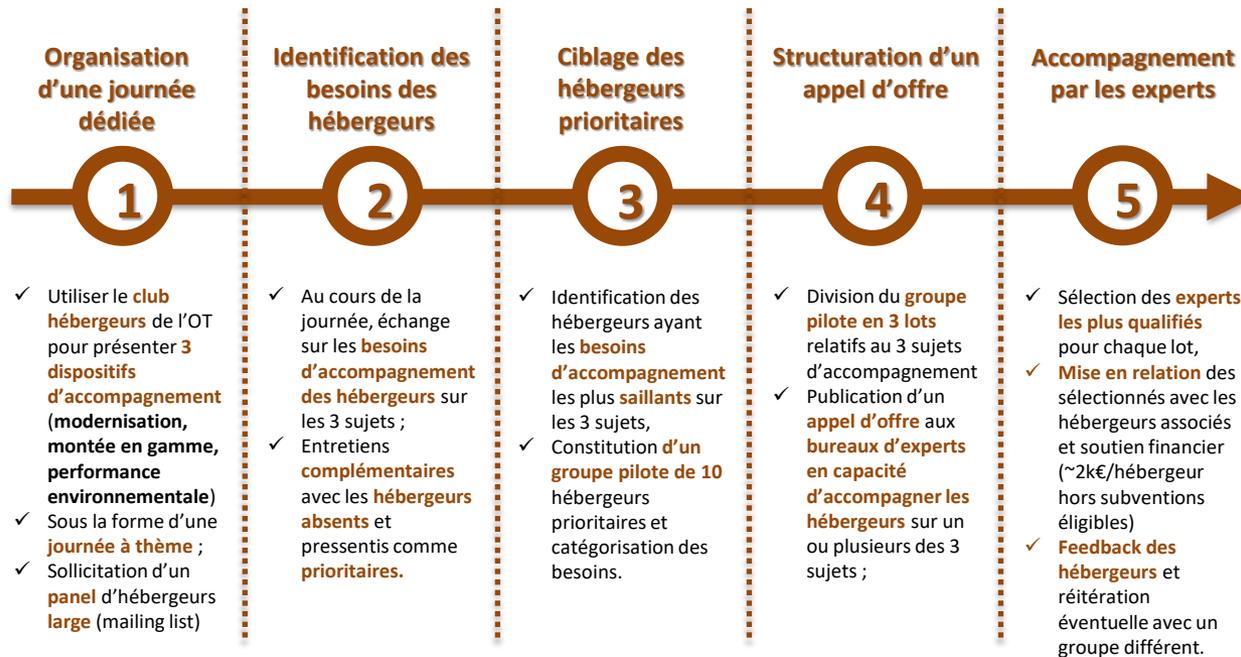
#### Adaptation à la diversité des structures :

Le Couserans présente un tissu touristique diversifié (gîtes, hôtels, campings, activités de pleine nature, etc.). **Il est important de bien comprendre les spécificités de chaque type de structure pour leur proposer un accompagnement pertinent.** Ce qui fonctionne pour un hôtel ne conviendra peut-être pas pour une petite structure d'accueil en milieu rural.

#### Sensibilisation sur les bénéfices à long terme :

Il peut exister une certaine réticence à utiliser ces dispositifs, souvent liée à une perception du coût ou du temps à y consacrer. **Il est crucial de bien communiquer les avantages à moyen et long terme (meilleure rentabilité, gain de compétitivité, économies d'énergie, subventions, facilités de transmission ...).**

Action n°2 : **Créer une locomotive d'une dizaine d'hébergeurs vers une démarche économique aboutie par la transition environnementale et la montée en gamme (méthodologie détaillée)**



**Action n°3 : Faciliter l'accès et la diffusion d'information sur le foncier disponible**

**Problème(s) traité(s) par l'action**

Un tiers seulement des communes du Couserans disposent d'un PLU et la CCCP ne dispose pas de SCOT ou PLUIH. Les projets pâtissent d'un déséquilibre entre offre et demande, d'une information « off » sur le foncier disponible. Aussi, les données de foncier gagneraient à être mises à disposition des acteurs d'une façon plus fluide. Des biens d'exception à céder, rares à ce jour, pourraient être rendus plus visibles, compte tenu des sollicitations actuelles des porteurs de projets.

**Etapes intermédiaires**

- 1: lister et actualiser les données existantes
- 2: sensibiliser les élus locaux à la remontée d'informations sur le foncier et aider la CCCP à se doter d'un document planificateur
- 3: valoriser le dispositif d'information et le diffuser

**Résultats attendus**

Identifier de nouvelles réserves foncières et des friches  
 Fluidifier les informations utiles  
 Disposer d'un cadre de planification au niveau de la CCCP

**Livrable**

Des outils de planification structurants et des informations actualisées

**Critères d'évaluation**

Evolution des données disponibles  
 Retours des acteurs de la filière  
 Retour des collectivités

**Parties prenantes**

Pilote :  
**AAA**

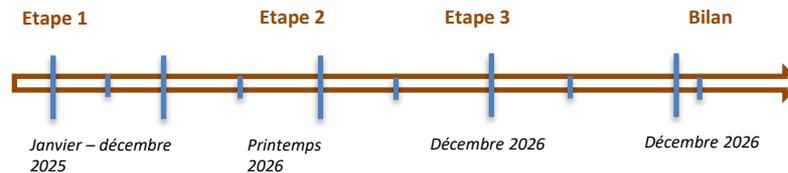
Partenaires :  
 CCCP  
 Acteurs de l'accompagnement économique et foncier  
 Elus et techniciens des communes  
 Habitants du Couserans

**Budget  
 Ressources**

Temps total d'animation du dispositif :

15 journées estimées

**Calendrier :**



### Action n°3 : **Faciliter l'accès et la diffusion d'information sur le foncier disponible**

#### Conditions de réalisation de l'action / informations complémentaires

##### Déroulement potentiel du dispositif :

Faire **mieux connaître la base de données** existante d'AAA à destination des communes  
Faire un **état des lieux précis des manques** et besoins avec les acteurs concernés (CCCP, AAA, communes) et aider la CCCP à de doter d'un **outil de planification stratégique pour anticiper les projets d'implantation**  
Sensibiliser les élus de certaines communes à faire adhérer leurs administrés à la **remontée d'informations sur le foncier disponible ou à céder**, et sur les friches à valoriser au plan économique et en partie énergétique.  
Actualiser et mettre à disposition la base de données des opportunités

##### Valoriser les datas recueillies :

Une attention particulière devra être portée sur le partage et la diffusion des données recueillies pour une efficacité durable du dispositif au bénéfice des acteurs du développement économique du territoire et des porteurs de projets potentiels (partage de données AAA/CCCP)

##### Effet domino potentiel :

Cette action pourra être articulée avec le contenu des fiches actions 4 et 5

#### Points de vigilance

##### Capacité à mobiliser :

Les premiers élus qui s'investiront dans le processus pourront servir de « témoins » afin d'inciter d'autres élus à adhérer au projet et faire remonter des informations utiles

**Le rôle d'élus locaux sera important dans l'écosystème du projet**

##### Identifier des communes prioritaires :

Développer une économie concentrée sur des secteurs à potentiel touristique (secteurs Aulus/Guzet, Piémont Vélosud, certaines vallées de montagne...)

**Les besoins de foncier seront à flécher dans une optique de stratégie touristique territoriale**

## Action n°4 : Créer un évènement autour de la transmission des hébergements touristiques

### Problème(s) traité(s) par l'action

Une majorité d'hôteliers et quelques gérants d'hébergements collectifs peinent à transmettre leur affaire, dans un marché d'immobilier touristique en grande partie atone. Cette situation freine le renouvellement de générations de gérants et la nécessaire adaptation des offres et prestations aux évolutions du marché. Par ailleurs, les biens d'exception restent à ce jour rares à la vente.

### Parties prenantes

Pilote :  
CCI /AAA

Partenaires :  
CCCP  
Acteurs économiques et du secteur immobilier  
UMIH, UNAT  
Hébergeurs

### Budget Ressources

Coût de montage et de promotion de l'évènement : 5-8K€

Temps total d'animation :  
30 journées estimées

### Étapes intermédiaires

- 1: préparation d'un évènement dédié
- 2: animation et suivi de l'évènement
- 3: réalisation de rencontres pour des diagnostics individuels et mises en relation

### Livrable

Réalisation d'un évènement dédié

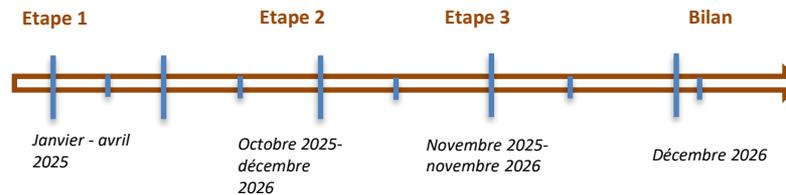
### Résultats attendus

Créer un effet de levier  
Faciliter et accélérer les transmissions d'affaires

### Critères d'évaluation

Audience de l'évènement  
Nombre de rencontres réalisées  
Nombre de transactions envisagées  
Nombre de transactions signées

### Calendrier :



## Action n°4 : Créer un évènement autour de la transmission des hébergements touristiques

### Conditions de réalisation de l'action / informations complémentaires

#### Déroulement potentiel de l'évènement de sensibilisation :

L'évènement doit réunir les forces en présence : acteurs de l'accompagnement au développement économique, chambres consulaires, banques et autres organismes d'appui à la cession/transmission d'entreprises, hébergeurs, porteurs de projets et investisseurs (location gérance, vente...), institutionnels, presse locale et presse économique. Suggestion de AAA de **scinder la journée en deux temps** (les cédants pour acquérir les bonnes pratiques / les rencontres repreneurs/cédants pour générer des opportunités). L'évènement serait **organisé en présentiel (et distanciel**, pour capter les porteurs de projets extérieurs au territoire) autour d'une table ronde et d'ateliers traitant de la problématique, de RDV individuels entre acteurs (pitches de projets), de moments conviviaux (repas, cocktail), idéalement dans le cadre d'un hébergement en Couserans (Le Bois Dormant à St Girons par ex). Possibilité pour AAA de proposer un **programme complet de découverte du territoire** aux porteurs de projets sur le modèle des Estives de l'Entrepreneur.

#### Force de relais et de suivi indispensable :

Un réseau devra être mis en place afin de relayer la communication sur et pendant l'évènement (CCI, AAA, UMIH, UNAT, partenaires promo presse, organismes liés au secteur...). Le suivi serait assuré sous forme de **RDV individuels** et points d'étape, réalisés auprès des cédants par un **duo d'acteurs** : AAA ou CCI selon le cas, avec l'OT Pyrénées Couserans, le PNR Pyrénées Ariégeoises ou la CCCP en soutien.

#### Effets domino potentiels :

Cette journée pourrait être l'occasion de diffuser un nouveau support d'attractivité mis en place (voir fiche action 5). Il sera pertinent de la mettre en œuvre suite aux premiers effets de la fiche action 2, l'objectif étant de générer des reprises d'affaires répondant aux attentes du marché, notamment sur le plan environnemental, déterminant pour l'extension de la saison et la pérennité de l'activité.

### Points de vigilance

#### Capacité à mobiliser les acteurs :

l'évènement devra être monté suffisamment en amont afin réussir la première édition, en se basant sur les fichiers et les savoir-faire existants (AAA, CCI). Les élus auront un rôle à jouer en soutenant le financement de l'évènement et en valorisant la nouvelle image qu'incarne le territoire.

**Le rôle des élus et des acteurs intermédiaires sera essentiel pour réussir l'évènement dédié**

**Acter le bon retro-planning** : un évènement en 2026 pourrait laisser plus de chances de préparer supports et logistique et développer l'intérêt des participants pour l'évènement, avec des affaires en cours de montée en gamme.

**Ne pas se précipiter pour préparer au mieux l'évènement**

**Action n°5 : Créer un support attractif pour générer des investissements en tourisme**

**Problème(s) traité(s) par l'action**

Le territoire souffre du manque d'une vision à long terme, communément partagée et connue de tous les acteurs économiques, pour réunir dans une trajectoire cohérente les attentes des élus et des acteurs locaux. Un support de communication pertinent permettrait de mieux présenter le territoire à des investisseurs ciblés.

**Parties prenantes**

**Pilote**  
AAA, CCCP

**Partenaires**  
CCI, OT Couserans  
Département 09  
Ariège Tourisme  
CAUE  
Région Occitanie

**Budget / Ressources**

Préparation de la réunion en amont : 2-3K€

Coût de rédaction du carnet d'inspiration et de la diffusion : 4-6K€ (estimation)

**Etapes intermédiaires**

- 1: Mise en commun de matière pour promouvoir une vision du Couserans via une réunion collégiale (élus, techniciens, hébergeurs) sur inscription
- 2: Rédaction d'un Carnet d'inspiration pour matérialiser les attentes
- 3: Diffuser le Carnet auprès des porteurs de projet potentiels et des hébergeurs existants (format numérique et print)

**Livable**

Rédaction d'un Carnet d'Inspiration Couserans

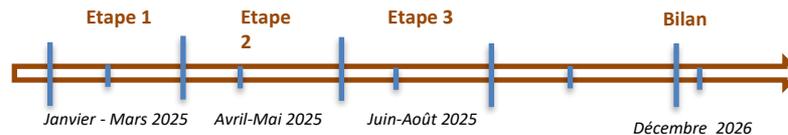
**Résultats attendus**

Harmoniser et communiquer les attentes des élus locaux  
Impulser des projets d'hébergement répondant à des objectifs précis et clairement affichés

**Critères d'évaluation**

Retours sur le Carnet d'inspiration  
Alignement entre le contenu et les projets portés après sa publication

**Calendrier :**



## Action n°5 : Créer un support attractif pour générer des investissements en tourisme

### Conditions de réalisation de l'action / informations complémentaires

#### Caractéristiques du Carnet d'inspiration (en parallèle d'un Guide départemental des porteurs de projets) :

Le carnet d'inspiration regroupera les éléments suivants :

- **Qui nous sommes, territoire Couserans et que voulons être demain ?** (l'ADN du territoire : vision, positionnement, identité, univers...)
- **Quels projets attendons-nous pour le territoire ?** (critères clé, thématiques, promesses clients, offres produits, offres services...)
- **Conditions optimales de mise en marché** (hybridation des offres, positionnement affirmé, commercialisation digitale, dont place de marché ADT09). **Evolutions des usages touristiques et des tendances du marché** à moyen à et long terme (avec l'aide du CRTL et /ou de BE experts)

#### Avantages du Carnet d'inspiration :

- **Vision commune et cohérence territoriale** : le carnet aide à renforcer l'unité du territoire, à aligner les projets sur des objectifs partagés, et à préserver une continuité cohérente dans l'offre d'hébergement.
- **Outil de communication et de promotion** : Le carnet promeut l'attractivité du territoire auprès des investisseurs, des néo-couserannais, ou des partenaires institutionnels en présentant une vision harmonisée et attrayante du développement local.
- **Facilitateur de collaboration** : En proposant une base commune de référence, il favorise la collaboration entre les différents porteurs de projets pour éviter les initiatives isolées ou contradictoires et permet une meilleure synergie entre les acteurs locaux.
- **Respect des particularités locales** : Tout en harmonisant les projets, le carnet d'inspiration veille à respecter et valoriser les patrimoines culturels, historiques et environnementaux du Couserans, en prenant en compte et en s'appuyant sur les filières locales.
- **Gain de temps et d'efficacité** : Disposer d'un guide préétabli avec des orientations stylistiques, des recommandations d'offres d'hébergement entraînera un gain de temps dans la conception des projets.

### Points de vigilance

#### Adéquation avec les acteurs du territoire :

Les projets types promus par le Carnet d'inspiration doivent être ancrés dans une vision du territoire à laquelle adhère le tissu économique local, pour légitimer le document. **L'adhésion est un préalable à la pérennité de la vision proposée.**

#### Diffusion et évolution du Carnet d'inspiration :

Le Carnet d'inspiration, en tant qu'outil stratégique territorial, représente un potentiel considérable en matière d'harmonisation à condition qu'il soit largement diffusé sur le terrain. **Il doit de plus évoluer au fil des années pour être cohérent avec la conjoncture, notamment écologique et économique.**

## Action n°6 : Créer des équipements et développer des services pour combler les manques sur les grands itinéraires

### Problème(s) traité(s) par l'action

Le GR10 offre une capacité en lits fragile aux pics de fréquentation. 1 randonneur sur 3 randonne sans tente. Certains hébergeurs accueillent des clients en séjour au détriment des clients en nuitée. L'offre de restauration peut être confortée. Sur le piémont, il manque quelques lits pour proposer une offre en adéquation avec les évolutions de la fréquentation attendues (pèlerins, VTTistes). La Vélosud et la GTVTT présentent un potentiel de développement.

### Parties prenantes

Pilote :  
CCCP

Partenaires :  
Communes de Bonac-Irazein et de Lescure  
Amis GRDistes  
Associations locales  
Association Tous à Poel  
Bénévoles  
FFRP

Prestataires :  
Fournisseurs (travaux)

### Budget Ressources

Coût de rénovation/extension d'un hébergement de 10 lits en cabane : 20K€-25K€.

Coût annuel d'entretien de 8 cabanes : 4-5K€

Temps total d'ingénierie /suivi estimé à 12-15 journées

### Etapas intermédiaires

- 1: préparer les actions au plan technique et les devis
- 2: faire voter un plan d'équipement et d'entretien d'hébergements et de cabanes
- 3: créer des lits supplémentaires sur le GR10 et le GR78

### Livrable

Un plan d'action solide pour les hébergements en itinérance

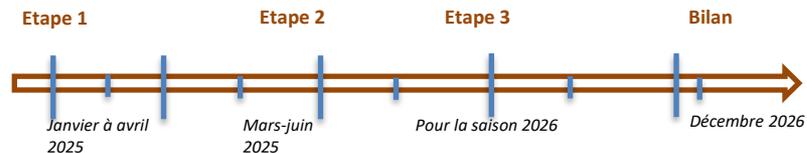
### Résultats attendus

Une meilleure gestion des pics de fréquentation par les hébergeurs du GR10 et du GR78  
Des services améliorés pour les randonneurs

### Critères d'évaluation

Evolution du CA des hébergeurs  
Evolution de la fréquentation des GR (ventes par les TO, fréquentation éco-compteurs, ventes de topo-guides...)

### Calendrier :



## Action n°6 : **Créer des équipements et développer des services pour combler les manques sur les grands itinéraires**

### Conditions de réalisation de l'action / informations complémentaires

#### Définir et financer un plan d'équipement et de développement :

Financée par les collectivités, le plan inclus (si le choix ne s'opère pas sur une création d'hébergement ex nihilo plus onéreuse) :

- la **renovation d'une cabane et l'extension de sa capacité** sur la partie prioritaire du GR10 (objectif de 10/12 lits, assorti d'un volet écologique, entre le gîte d' Eylie et la Maison du Valier (cabane d'Arech ou de Graouillès)
- un **programme annuel d'entretien des cabanes principales** afin de maintenir un niveau de confort optimal (à réaliser en lien avec associations et bénévoles locaux, ainsi que par un chantier spécifique éventuel de l'association Tous à Poele).
- un **appui technique à la commune de Lescure** pour l'aménagement d'1 ou 2 chambres dans un bâtiment communal proche du GR78, afin de répondre aux évolutions de la fréquentation.
- une DSP pour un service de **foodtruck à destination d'un public plus large** que celui des randonneurs après analyse des fréquentations 2025 (ex : Col de la Core et/ou Aulus les Bains; l'éco-compteur du Col de la Core affiche 16 000+ passages d'oct 2022 à sept 2023, dont 11000 en été)

#### Faire prendre conscience des besoins et partager les initiatives actuelles :

Inciter les hébergeurs privés à **proposer des services qui font défaut** : fourniture de petite restauration aux randonneurs de passage sans hébergement (snackerie de produits locaux/ex du gîte l'Escolan à Ustou), acquisition de tentes collectives ou aménagement de zones de bivouac pour répondre aux pics de fréquentation (ex du camping municipal du Coulédous à Aulus les Bains), maintien d'une capacité en lits destinés à être commercialisés à la nuitée dans les gîtes d'étape et de groupes.

Le succès de l'action reposera aussi sur la force du réseau itinérance– voir fiche action 7

### Points de vigilance

**Capacité à mobiliser** : si les associations locales et partenaires représentent une bonne ressource, le rôle des collectivités reste essentiel pour enclencher l'effet désiré par une volonté affirmée de valoriser le patrimoine distinctif des cabanes du Couserans (autant de cabanes en Couserans que sur le tronçon du GR10 des Pyrénées Centrales). Un volet transition écologique sur le nouvel hébergement permettra de solliciter des aides financières. **Les élus pourront affirmer une volonté de développement en phase avec le côté authentique du paysage sauvage du Couserans.**

**Niveau d'information élevé** : afin de déclencher un nouveau regard sur le GR10 dans le Couserans, il sera très important de relayer les informations sur la mise à niveau réalisée. **Les nouveaux services et équipements devront être promus à l'échelle régionale et nationale (FFRP)**

## Action n°6 : Créer des équipements et développer des services pour combler les manques sur les grands itinéraires

### Focus sur la rénovation et l'extension d'une cabane sur le GR10

#### Choix de la cabane à rénover (extension /rénovation) :

Cette cabane doit être accessible pour faciliter la logistique et la conduite des travaux. En choisissant l'option de la cabane d'Arech (8 couchages à date) plutôt que celle de Graouilles (6 lits), il est possible d'utiliser la piste pastorale comme voie d'accès.

De plus, la présence du berger en estive à proximité de la cabane permettrait de **tester un service de ravitaillement en été**, répondant à la problématique double d'hébergement et de restauration sur le principal point noir du GR10 en Couserans (existence de 2 spots de ravitaillement en Haute Ariège: à la cabane de Clarans, gérée par les amis du GR10 et à la cabane de Balledreyt par l'association panorama de Miglos).

#### Points de vigilance

##### Définir les modalités de suivi :

Si une telle cabane ne justifie pas de personnel in situ au regard de la capacité imaginée, il faut néanmoins prévoir un suivi régulier de son entretien pour le confort des randonneurs (convention entre la commune de Bonac-Irazein, groupement pastoral propriétaire, association des amis du GR10). **Suivre la fréquentation et l'entretien pour la réussite et la pérennité du nouvel équipement**

**Repérage budgétaire :** la commune de Seintein s'est chargée de faire rénover la cabane de Lasplanous (4 lits) pour un budget de 11,4K€, dont 80% d'aides (second œuvre, sols, murs, ouvrants, incluant l'héliportage)

**Refuges des Estagnous et d'Araing :** prévoir un audit des besoins en modernisation dans le cadre du plan refuge Occitanie (retard pris par rapport à d'autres secteurs des Pyrénées)



**Action n°7 : Créer un évènement pour les professionnels de l'itinérance (conforter le réseau et susciter l'innovation)**

**Problème(s) traité(s) par l'action**

L'itinérance représente un potentiel considérable en matière d'attractivité pour le Couserans, et augmenter la visibilité de la randonnée au même titre que d'autres sports émergents permettrait la mise en valeur de ce potentiel touristique et le renforcement du lien entre les acteurs concernés.

**Parties prenantes**

**Pilote**  
PNR PA

**Partenaires**  
Département 09  
Les amis Grdistes, hébergeurs de l'itinérance  
ADT 09  
OT Couserans/CCCP

**Budget / Ressources**

Mise en relation et création de dynamiques de réseau sur l'itinérance : 2-3K€

Organisation de l'évènement : 20 journées + location de matériel

**Etapes intermédiaires**

- 1: Mise en relation par une série de rencontres des acteurs concernés par l'itinérance
- 2 : Identification des acteurs à mobiliser et constitution d'un comité d'organisation pour un évènement autour de l'itinérance
- 3: Planification et organisation de l'évènement

**Livrable**

Première édition de l'évènement (étape 4)

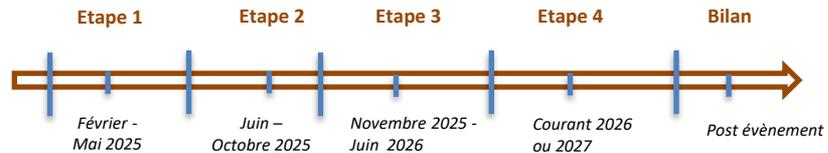
**Résultats attendus**

Développement des relations entre acteurs de l'itinérance  
 Valorisation du potentiel Couserannais en matière d'itinérance

**Critères d'évaluation**

Fréquentation de l'évènement  
 Satisfaction des usagers  
 Satisfaction des hébergeurs

**Calendrier :**



## Action n°7 : **Créer un évènement pour les professionnels de l'itinérance (conforter le réseau et susciter l'innovation)**

### Conditions de réalisation de l'action / informations complémentaires

#### Caractéristiques essentielles de l'évènement :

Afin de rassembler et mobiliser tous les professionnels de l'itinérance pour **développe de bonnes pratiques et échanger** sur les évolutions des attentes des clientèles, il est recommandé d'organiser un évènement type salon répondant à l'objectif d'exploiter et développer le potentiel du Couserans.

Cet évènement aura pour but de :

- Partager les outils pour diffuser les bonnes pratiques d'utilisation des espaces naturels
- Partager des solutions innovantes d'autres territoires ou d'entreprises (nouveaux services pour l'itinérance)
- Diffuser des discours /outils communs

**Périodicité** : tous les deux ans

#### Public ciblé :

Hébergeurs, élus, usagers, bergers, tour-opérateurs de randonnée, associations de randonneurs, pèlerins, partenaires, fédérations...

#### Dimension environnementale :

Cet évènement professionnel autour de l'itinérance est une opportunité de choix pour attirer l'attention sur les enjeux écologiques et de préservation des espaces naturels. En effet, les acteurs ont en commun leur proximité avec les espaces naturels, et cette sensibilité peut constituer une base utile pour l'émergence de dynamiques territoriales de transition. La dimension environnementale pourra prendre plusieurs formes au-delà ou en complément du salon professionnel : conférences, ateliers de sensibilisation, présentation des derniers leviers de transition en matière de développement environnemental, sorties pédagogiques en nature, présentation des dispositifs d'accompagnement pour chaque type d'acteur, etc.

### Points de vigilance

#### Dialogue et mise en réseau préalable

Créer un tel évènement implique de réunir des catégories d'acteurs diverses et variées. **Il est donc primordial de favoriser une mise en réseau fertile pour créer du lien solide avant de structurer l'évènement.**

#### Harmonie de l'offre d'itinérance :

Dans un souci de valorisation du potentiel du territoire en matière d'itinérance, la lisibilité du réseau de sentiers est essentielle. De fait, une attention particulière devra être accordée à **faire la lumière sur les parcours, boucles et autres traversées proposées en Couserans.**

# Hébergement marchand en Couserans

DES  
RECOMMANDATIONS  
COMPLEMENTAIRES



# Poursuivre ou amplifier les opérations à visée collective

**Muscler le dispositif d'accompagnement des acteurs économiques du Couserans avec un dispositif pilote** en Ariège de type « pack d'accompagnement des hébergeurs » (Carnet d'Inspirations, Guide du porteur de projets, Règlement d'aides à l'immobilier touristique...)

**Assurer une continuité aux journées existantes** ( évènement Causons Couserans Rencontres Avenir Montagnes / le RDV de la Transmission/Reprise CCI/CMA...)

**Associer les clubs de l'Office de Tourisme** (club Hébergeurs et club Montagne)

# Faire du Couserans une destination attractive à l'année

- **Inciter l'OT Couserans Pyrénées à poursuivre ses actions de push marketing de l'offre** sur le web et les réseaux sociaux en animant des contenus à thèmes spécifiques (**thème actif** : randonnées fraîcheur en forêts, de randonnées printemps, automne, hiver / **thème bien-être** : détente, spa, piscine / **thème Pyrénées secrètes** : patrimoine, rencontres, spots inédits...)
- **Etudier les conditions d'un évènement nature outdoor hors saison** axé sur la **nature/santé/bien-être** / préservation de la nature, avec des partenaires institutionnels et privés (en lien avec le Club Montagne de l'OT)
- **Susciter l'installation d'un équipement touristique léger**, captif de clients à l'année, idéalement abrité /permettant **une fréquentation toutes saisons** en complément de l'observatoire de Guzet, fondé notamment sur le patrimoine industriel papetier et minier du territoire

# Susciter un boost de notoriété pour le territoire

Démarcher en vue de faciliter la réalisation d'un tournage d'un film ou d'une série en Couserans en lien étroit avec l'histoire et le patrimoine humain du territoire :

- Approcher les instances DRAC/CNC/Agence Régionale du Cinéma
- Solliciter le dispositif spécifique à l'appui des tournages dans les Pyrénées Occitanie films (<https://www.occitanie-films.fr/>)



# Projection sur la phase 3



## Phase 3 : Accompagnement des collectivités et des professionnels - Novembre-décembre 2024

### Travailler sur des contenus pour rendre opérationnel les premières actions

- Proposition de rédaction du cahier des charges du Carnet d'Inspirations Couserans
- décembre 2024



# Recommandations de méthodologie pour suite à donner



# Organisation et gouvernance du projet

## Organisation préalable :

- **Définir un pilote/chef de file par action**, dans un rôle de référent projet en lien avec les différents partenaires
- **Délibération et approbation dans chaque structure** du plan d'action et des actions individuelles de chaque pilote
- **Affirmer le rôle de la CCCP/OT Couserans**, pour alimenter les actions en lien avec les chefs de file et au plus près du tissu économique local

## Gouvernance du projet :

- **Une nécessaire gouvernance générale**, pour superviser l'ensemble du plan d'action : chargé de mission tourisme CCCP ? PNR PA ?
- **Mais faire vivre à minima le groupe de travail actuel** : au moins 2 fois par an (au plan décisionnel, technique et évaluation)

# Echanges



## Contacts



Laure LETARD



Chargée de mission  
tourisme nature



07 88 67 30 44



[l.letard@parc-pyrenees-  
ariegeoises.fr](mailto:l.letard@parc-pyrenees-ariegeoises.fr)



Guy CASTAGNÉ



Directeur conseil



06 09 44 46 67



[gcastagne@akina.fr](mailto:gcastagne@akina.fr)



Régis CAZALAS



Président



07 87 00 48 13



[regis.cazalas@eco-  
altitude.com](mailto:regis.cazalas@eco-altitude.com)



Benjamin VISSA



Ingénieur projet



06 85 97 13 65



[benjamin.vissa@eco-  
altitude.com](mailto:benjamin.vissa@eco-altitude.com)



  
**PRÉFET  
DE LA RÉGION  
OCCITANIE**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

  
**avenir  
MONTAGNES**  
ingénierie



**Parc  
naturel  
régional  
Pyrénées  
Ariégeoises**

**Nous vous remercions pour  
votre attention**

**AVINA**  
STRATEGIES

  
Ingénierie  
environnementale  
pyrénéenne  
**ECO  
ALTITUDE**