



Conférence territoriale Tourisme

Parc naturel régional de l'Aubrac

16/01/2024 – Fourneils



1. Mots d'accueil et introduction de la Conférence territoriale Tourisme

- Alain ASTRUC, Président de la Communauté de communes des Hautes Terres de l'Aubrac
- Marc GUIBERT et Laurent MOULIADE, Co-Présidents de la Commission Tourisme du Parc





Ordre du jour

- **Accueil et introduction**
 - Mairie de Fournels
 - Alain ASTRUC, Président de la Communauté de communes des Hautes Terres de l'Aubrac
 - Marc GUIBERT et Laurent MOULIADE, Co-Présidents de la Commission Tourisme du Parc
- **Pôle de pleine nature (PPN) du massif de l'Aubrac – De vallées en plateaux (saison 2)**
 - Introduction par Paul-Henry DUPUY, Commissaire à l'aménagement, au développement et à la protection du Massif central
 - Présentation de la stratégie du nouveau PPN
- **La notoriété des Parcs en tant que destination touristique**
 - étude présentée par Christelle LEPOUTRE, Chargée d'étude marketing à Auvergne – Rhône-Alpes Tourisme, spécialisée sur les clientèles
- **Les Offices de tourisme de l'Aubrac**
 - Infographie des 8 Offices de tourisme du Massif de l'Aubrac
 - Actions en cours et à venir dans le cadre du PACT Destination Aubrac
- **Programme LocO'brac**
 - *Présentation du projet de développement de la ligne Aubrac depuis ses gares*

2. Lancement du programme Pôles de pleine nature du massif de l'Aubrac – De vallées en plateaux (saison 2)

- Introduction par Paul-Henry DUPUY, Commissaire à l'aménagement, au développement et à la protection du Massif central
- Présentation de la stratégie du nouveau PPN

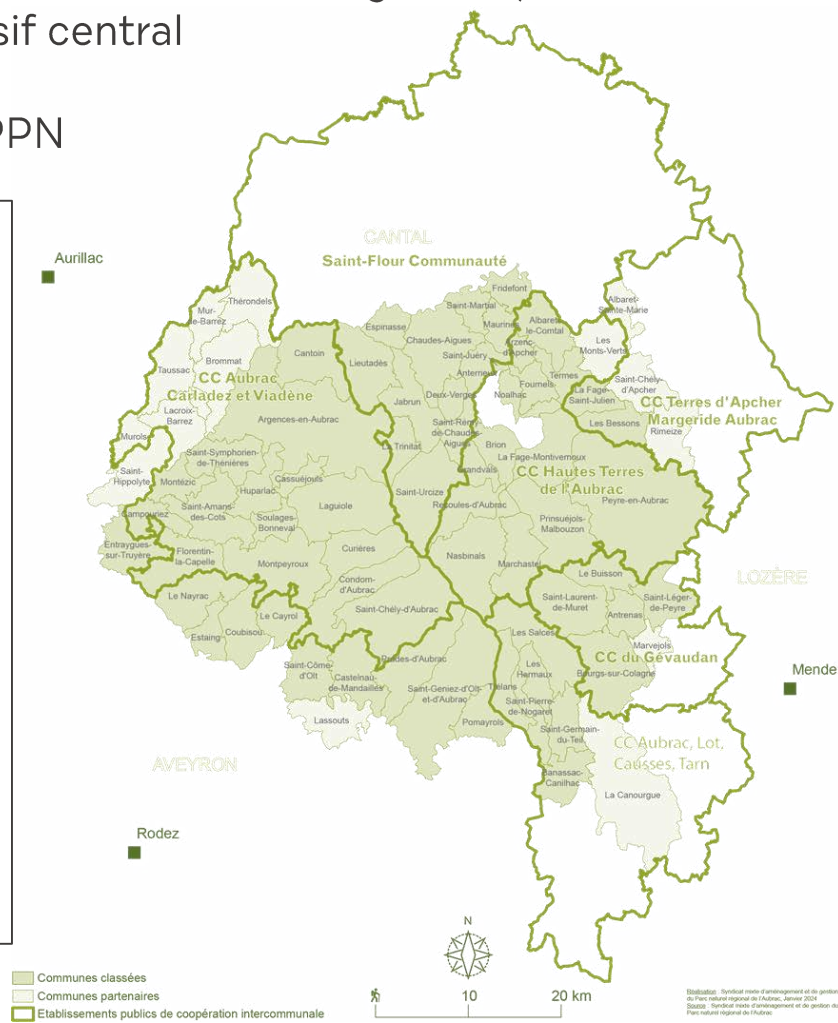
6 Communautés de communes dans leur entièreté : Saint-Flour Communauté, Terres d'Apcher Margeride Aubrac, Hautes Terres de l'Aubrac, Gévaudan, Aubrac Lot Causses Tarn, Aubrac Carladez Viadène

150 communes

3 Départements (Aveyron, Cantal, Lozère)

2 Régions (Auvergne – Rhône-Alpes, Occitanie)

Chef de file du programme : PNR Aubrac



2. Lancement du programme Pôle de pleine nature du massif de l'Aubrac – De vallées en plateaux (saison 2)

ACTION n°1 – La diversification et la qualification des activités de pleine nature (APN)

- Poursuivre et renforcer le développement « 4 saisons » des 5 stations de ski
- Accompagner le développement de nouvelles activités (verticales, nautiques, gravel, ...)
- Compléter le maillage de l'offre APN (randonnée pédestre, trail, cyclotourisme)
- Proposer des offres de qualité

ACTION n°2 – La montée en gamme de l'offre touristique

- Qualifier les itinéraires et les sites de pratique
- Développer une offre de services complémentaires à la pratique (location, entretien, cours, informations ...)
- Accompagner la qualification des prestations, des équipements et des sites

ACTION n°3 – La quête de nouvelles clientèles, plus jeunes, de proximité et en situation de handicap

- Aménager et équiper les sites pour l'accueil de publics en situation de handicap
- Développer des offres pour la pratique régulière d'activités (type « clubs »)
- Valoriser l'offre d'activités auprès d'une clientèle jeune

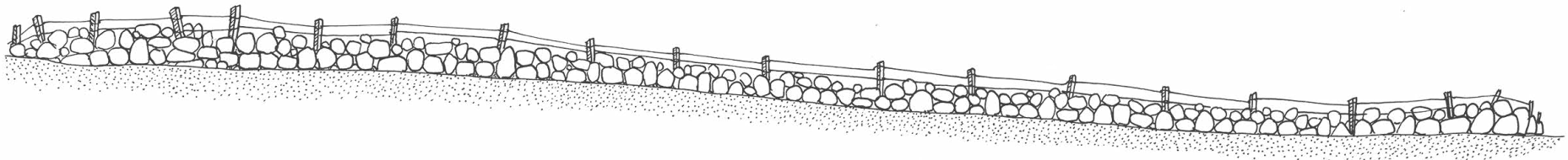
2. Lancement du programme Pôle de pleine nature du massif de l'Aubrac – De vallées en plateaux (saison 2)

ACTION n°4 – La prise en compte de l'écologie/la durabilité des APN

- Aménager des bâtiments durables (matériaux, performance énergétique...)
- Développer une offre de mobilité durable pour accéder aux activités
- Accompagner la réversibilité des équipements et la préservation de l'environnement et des ressources naturelles
- Sensibiliser les visiteurs et les habitants aux bonnes pratiques à adopter

ACTION n°5 – La structuration territoriale des acteurs de la pleine nature et l'animation du PPN 2

- Créer et animer des instances de gouvernance et de travail (COPIL/Groupes de travail thématiques)
- Accompagner les acteurs locaux dans leur structuration
- Communiquer sur le PPN et le développement des APN du territoire
- Commercialiser l'offre APN de manière homogène à l'échelle du territoire



2. Lancement du programme Pôle de pleine nature du massif de l'Aubrac – De vallées en plateaux (saison 2)

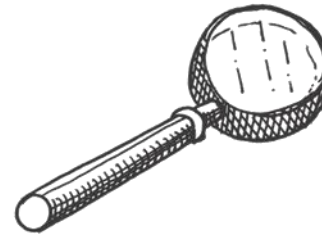
PROJETS STRUCTURANTS

- Aménagement de la station de Bonnetcombe vers le volet été/hiver (Syndicat Intercommunal Aubrac-Colagne)
- Création d'un bâtiment d'accueil toute saison à la station de St-Urcize (Saint-Flour Communauté)
- Mise en place d'équipements réversibles été/hiver à la station de Laguiole (Syndicat mixte des stations de l'Aubrac aveyronnais)
- Création d'un Pôle VTT à la station de Brameloup (Syndicat mixte des stations de l'Aubrac aveyronnais)
- Développement du tiers-lieu Le Corum (commune de St-Geniez d'Olt et d'Aubrac)
- Aménagement du Cirque des Baumes (commune du Masegros Causses Gorges)
- Accompagnement des acteurs du tourisme et des APN vers la création d'un modèle économique pour l'animation du PPN sur le long terme (PNR Aubrac)

2. Lancement du programme Pôle de pleine nature du massif de l'Aubrac – De vallées en plateaux (saison 2)

POSSIBILITES DE FINANCEMENT DES ACTIONS

- FNADT réservé au chef de file : frais de personnel liés à l'animation du pôle sur la base d'un ETP.
Assiette éligible sur 60% d'un ETP, intégrant le salaire et les coûts indirects.
Taux d'aide : 70% = 73 595,75 €
- Au regard des différents projets :
 - FEDER Massif central
 - LEADER
 - Etat
 - Financements régionaux : Contrat territorial Occitanie, AMI Montagne été/hiver (AURA), ...
 - Financements départementaux
- Le Parc, dans le cadre de l'animation du PPN saison 2, accompagne les porteurs de projets dans leurs recherches de financements



Web-série Tourisme du Parc naturel régional de l'Aubrac

parc-naturel-aubrac.fr/actualites/le-parc-se-raconte-en-videos/



Le Parc se raconte !



Cette semaine, découvrez 5 des multiples actions du Parc à travers une série de 5 petites vidéos :

- « **Mieux prendre en compte les paysages dans l'action au quotidien.** » Mesure 15 de la Charte du Parc.
- « **Renforcer l'ancrage territorial de l'économie locale.** » Mesure 24 de la Charte du Parc
- « **Vers une offre touristique équilibrée dans le temps et dans l'espace.** » Mesure 5 et 6 de la Charte du Parc
- « **Maintenir la qualité écologique du territoire.** » Mesure 12 de la Charte du Parc
- « **Encourager des projets artistiques ancrés au territoire.** » Mesure 37 de la Charte du Parc

<https://www.parc-naturel-aubrac.fr/actualites/le-parc-se-raconte-en-videos/>

3. La notoriété des Parcs en tant que destination touristique

Présentation de l'étude par Christelle LEPOUTRE, Chargée d'études marketing, spécialiste des clientèles à Auvergne – Rhône-Alpes Tourisme



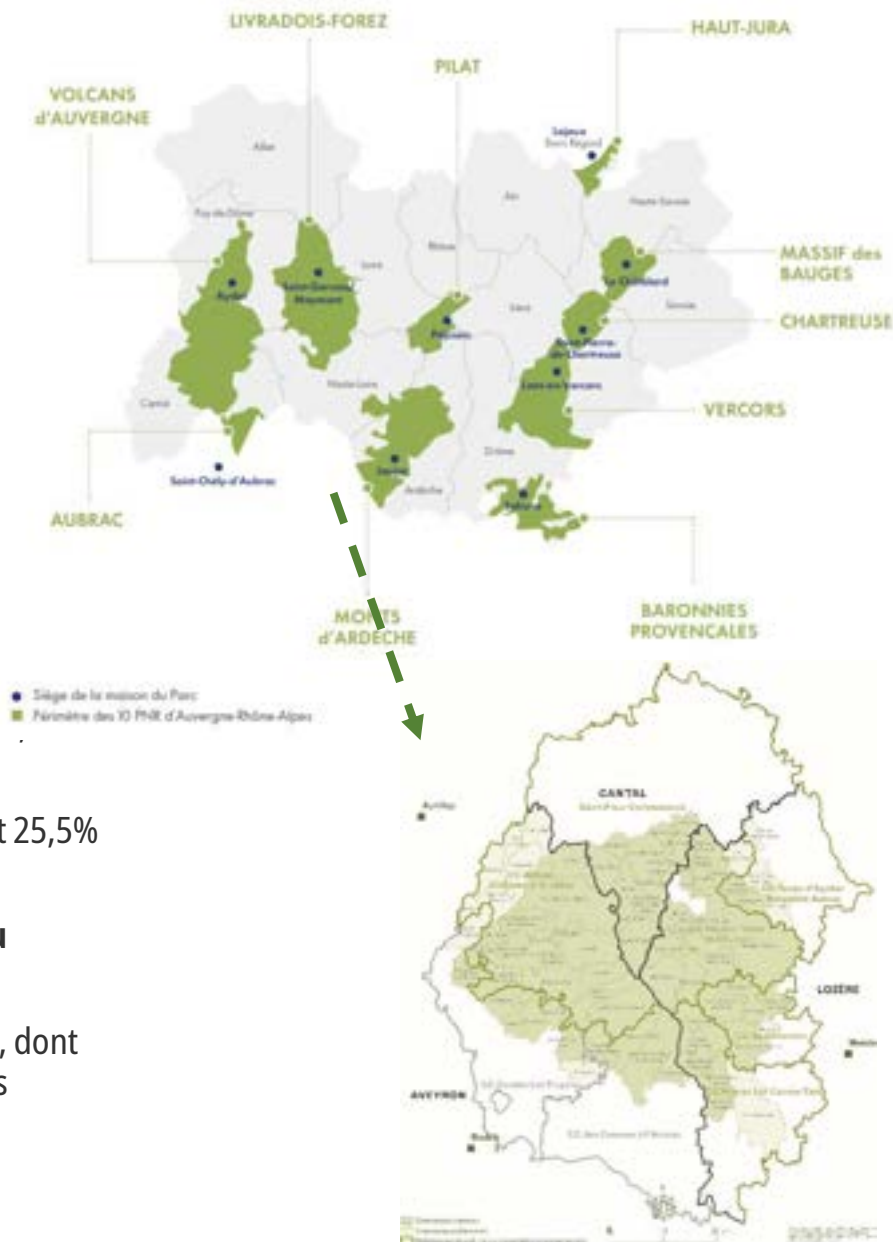


Etude de notoriété et d'image des PNR
Présentation du 16 janvier 2024
Présentation PNR Aubrac

- Parc naturel régional des Volcans d'Auvergne
- Parc naturel régional des Gorges du Tarn et du Lot
- Parc naturel régional de Chamrousse
- Parc naturel régional du Haut-Jura
- Parc naturel régional Livradois-Forez
- Parc naturel régional de Massif des Bauges
- Parc naturel régional du Vercors
- Parc naturel régional de Haute-Provence
- Parc naturel régional d'Aubrac

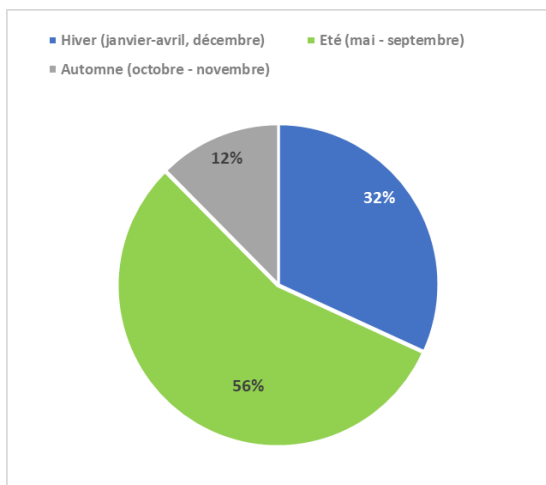
Principaux indicateurs 2022

- **Auvergne-Rhône-Alpes compte 10 des 58 PNR** France.
- Ces parcs représentent plus de **25 % de la superficie** la région et concernent 22 % des communes, soit 11 % de la population régionale.
- Les Parcs Naturels Régionaux de la région Auvergne Rhône-Alpes ont rassemblé **54,2 millions** de nuit touristiques, soit 21% de la fréquentation régionale. (Source Flux Vision Tourisme).
- **104 millions d'excursions** s'y sont déroulées, soit 25,5% des excursions régionales.
- Les PNR représentent **11 800 emplois salariés du tourisme**, soit 5% du total régional.
- Les PNR comptabilisent **881 300 lits touristiques**, dont 46% de meublés et 40% en résidences secondaires



Fréquentation

- PNR = 54,2 millions de nuitées touristiques,
- 32,1% des visiteurs de ces parcs sont internationaux
- 56% de la fréquentation annuelle est concentrée de mai à septembre inclus, soit une part de 10 points supérieure à la moyenne régionale.



Source : Flux Vision Tourisme –
Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme 2023



	Millions de nuitées	Part régionale
Auvergne-Rhône-Alpes	16	30%
Ile de France	6	11%
PACA	3	6%

	Millions de nuitées
Suisse	3,0
Pays-Bas	1,7
Allemagne	1,4
Belgique	1,0
Royaume-Uni	0,9



Sommaire

- 1. Notoriété, image des Parcs Naturels Régionaux**
- 2. Approches clientèles : motivations, bénéfices attendus, satisfaction**
(visiteurs réguliers et occasionnels / primo-visiteurs 2020 / prospects)
- 3. Ambassadeurs ou détracteurs : la vision des habitants / tourisme**
- 4. Conclusions et préconisations : co-construction**

01

NOTORIÉTÉ ET IMAGE DES PNR

Quelle connaissance et quelle image des PNR ? Quelle(s) différence(s) perçue(s) entre un Parc National et un Parc Naturel Régional ?



Notoriété spontanée des Parcs naturels de France

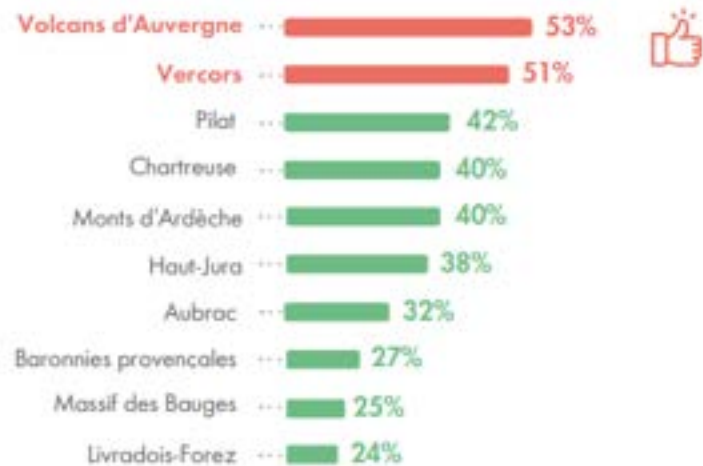
La notoriété des Parcs nationaux



La notoriété des 56 Parcs naturels régionaux



Notoriété assistée des Parcs naturels régionaux d'Auvergne-Rhône-Alpes



Rôle des Parcs naturels régionaux

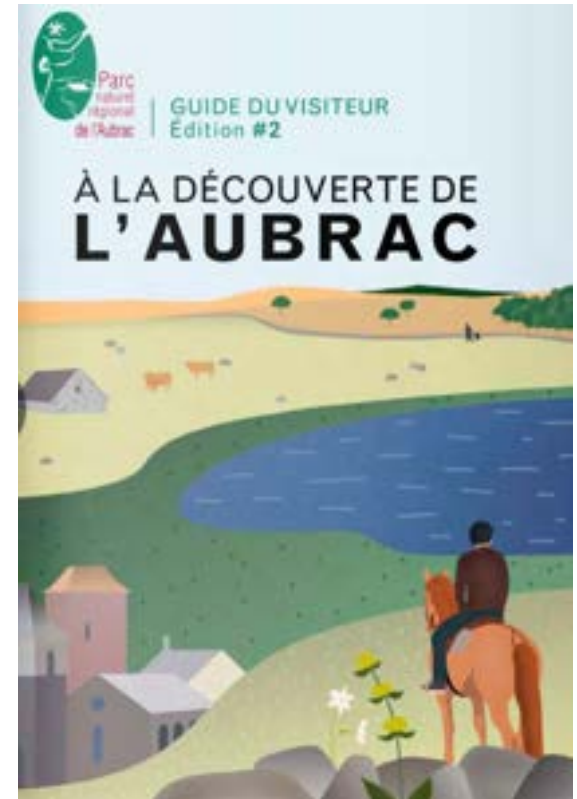
Dans les textes,

Les missions définies par la loi:

- Préserver et valoriser les patrimoines naturels et culturels,
- Favoriser le développement économique et la qualité du cadre de vie,
- Aménager le territoire,
- Informer et sensibiliser habitants et visiteurs,
- Conduire des actions expérimentales ou innovantes.

Pour le visiteur, les PNR sont fortement associés à la **préservation** et la **proximité avec la nature**, propices à **l'évasion**, au **ressourcement** ou encore à la pratique d'**activités douces**. C'est aussi un moyen de **sensibiliser les plus jeunes à l'environnement**.

Pour les visiteurs fidèles, le **partage de moment avec les locaux**, **l'enrichissement personnel** ou encore la **pratique d'activités en pleine nature** sont davantage soulignés.



Les Parcs naturels régionaux moteurs du tourisme durable

Des Parcs naturels régionaux garants d'un tourisme plus durable

Quelle que soit la cible, **séjourner dans un Parc naturel régional offre la garantie d'un tourisme plus durable**, plus respectueux des patrimoines naturels, culturels et des habitants : des scores supérieurs à 90% !



Selon vous, séjourner dans un Parc naturel régional offre-t-il la garantie d'une offre de tourisme plus durable c'est-à-dire un tourisme plus respectueux des patrimoines naturels, culturels et des habitants ?

	Prospects	Visiteurs PNR	Primo-visiteurs 2020	Résidents AuRA
Oui	92%	93%	91%	92%
Oui, certainement	34%	45%	46%	34%
Oui, probablement	58%	48%	45%	58%
Non	4%	6%	5%	4%
Non, probablement pas	4%	5%	4%	4%
Non, certainement pas	0%	1%	1%	0%
Ne sait pas	4%	1%	4%	4%



02

APPROCHE CLIENTELES

1. Les visiteurs réguliers et/ou occasionnels : à sensibiliser sur le long terme, à réorienter dans les choix de lieux et les périodes de venues notamment les résidents secondaires

Comment conçoivent-ils les spécificités d'un PNR, quels sont les motifs d'(in-)satisfaction

2. Les primo-visiteurs, visiteurs exceptionnels de l'été 2020 & 2021 : à faire revenir sur les ailes de saisons et les produits travaillés par les PNR

Quelles ont été leurs motivations, leur satisfaction, la transition écologique ? ...

3. Les prospects, ceux qui pourraient venir : à sensibiliser sur l'importance d'un séjour durable, à capter sur des séjours spécifiques (ailes de saison, montagne l'hiver...)

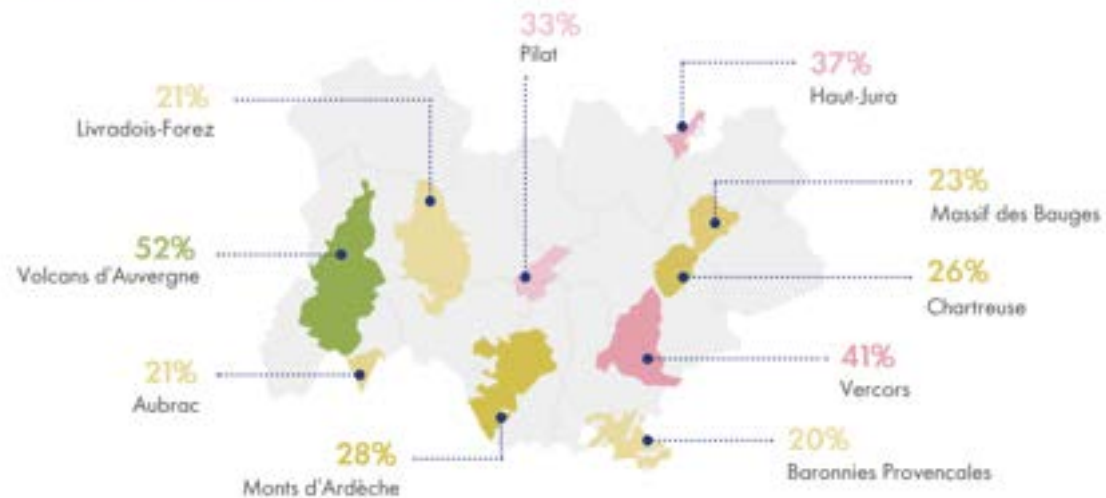
Quelles motivations, quels freins, quelles attentes, ...



LES VISITEURS PNR

Clientèles ayant séjourné au moins une fois dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes au cours des 3 dernières années

PNR DÉJÀ FREQUENTÉS DANS LE CADRE D'UN SÉJOUR



Canyon de l'Argence – PNR Aubrac

• [©Jean-Pascal VIGUIER/Drone Aveyron Service](#)



Les PNR, une destination qui répond aux nouvelles attentes



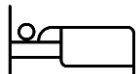
- Pour eux, les éléments distinctifs d'une offre PNR, reposent sur la **diversité des paysages** et le **respect de l'environnement**. Pour eux, c'est aussi un gage de **moins de foule**. **Pouvoir se déplacer via les mobilités douces**, avoir un **accès facilité au local** ou avoir un **panel d'activités variées**.



- Leurs motivations pour séjourner dans un PNR sont en lien avec les nouvelles aspirations : la **recherche de grands espaces**, **pouvoir se ressourcer** en profitant du grand air, **pratiquer des activités d'extérieur** quelle que soit la saison. Mais c'est aussi l'occasion de **s'enrichir** : **profiter des richesses** patrimoniales et naturelles, de paysages reconnus ou encore de **découvrir les coutumes locales** au travers de la dégustation de produits locaux, la rencontre avec les habitants ou la découverte des savoir-faire.



- Parmi cette cible de connaisseurs, **l'appellation PNR joue un rôle encore plus moteur dans la prise de décision : 72% des visiteurs de PNR déclarent que le fait que la destination soit dans un PNR a plus d'influence que la destination**, station, ville choisie ! En revanche, ils attendent aussi **davantage d'informations sur le rôle des PNR**, les enjeux... voire la manière de s'impliquer ou de participer à des **actions collectives**.



- **Les principales attentes concernent : les hébergements**, les **guides / accompagnateurs**, davantage d'**activités**, pouvoir **se déplacer sans voiture** ou encore une **meilleure mise en avant du local**.



LES PRIMO-VISITEURS PNR

Clientèles ayant séjourné pour la première fois dans un Parc Naturel Régional d'Auvergne-Rhône-Alpes en 2020





Raisons qui ont incité au choix d'un séjour dans un PNR

Un désir de nature préservée, de calme pour se ressourcer et pratiquer des activités extérieures



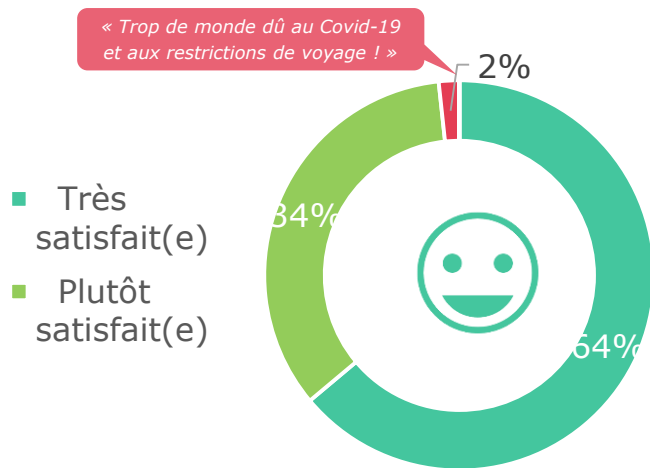


Satisfaction et changement d'opinion à l'égard des PNR

Une 1^{ère} expérience dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes réussie pour 98% des primo-visiteurs

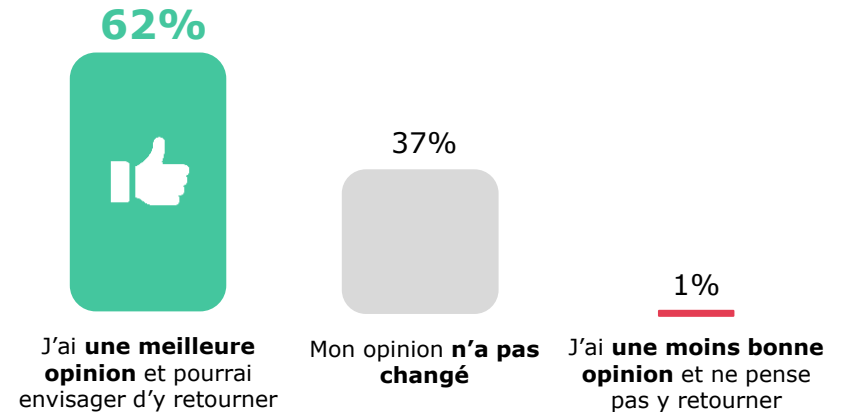
Satisfaction de l'expérience PNR en AuRA

Etes-vous satisfait(e) de l'expérience que vous avez vécue lors de votre séjour dans un Parc Naturel Régional d'Auvergne-Rhône-Alpes ?



Opinion et potentiel de fidélisation

Après votre séjour en 2020, vous diriez à propos de votre relation aux Parcs Naturels Régionaux en Auvergne-Rhône-Alpes ?

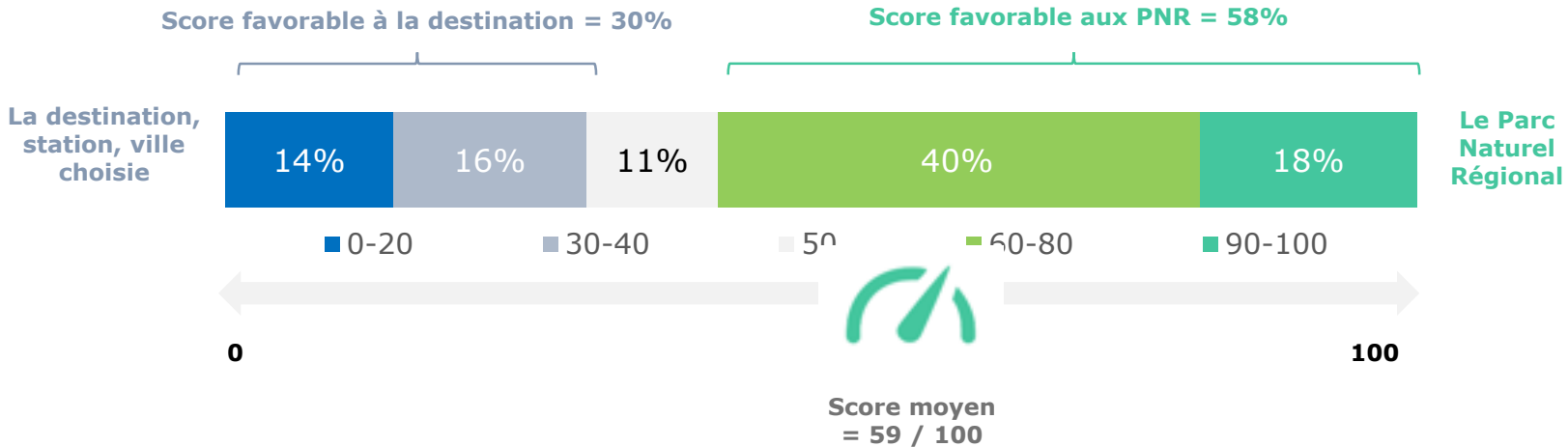


Les primo-visiteurs

Elément ayant le plus influencé le choix d'un séjour au sein d'un PNR

Une influence de la localisation dans un PNR légèrement plus forte que la destination elle-même...

Qu'est-ce qui a le plus influencé votre choix : la destination que vous aviez choisie ou bien le fait que la destination soit située dans un Parc Naturel Régional ?
Pour répondre vous pouvez déplacer le curseur ci-dessous pour exprimer au mieux l'influence de chaque paramètre.





Éléments qui inciteraient à la revisite

TOP 3 : Des activités guidées de découverte de la nature, des sorties culturelles et un logement typique

Imaginez que l'on vous propose de retourner dans un Parc Naturel Régional en Auvergne-Rhône-Alpes. Quels sont les éléments qui seraient les plus à même de vous convaincre ?



- **L'accompagnement** apparaît comme un levier clé pour faire revenir ces primo-visiteurs – moins connaisseurs – et nourrir une offre PNR dédiée. Cela peut passer par la mise en avant **d'activités guidées** pour découvrir **la faune et la flore (49%)** ou encore par l'organisation de **rencontres avec les locaux**.



- La découverte de la nature prime, certes, mais les **visites culturelles (41%)** restent très attendues.
- La mise en avant d'un **logement typique / original (38%)** participerait aussi à vivre une expérience mémorable.



- Pour près d'1/3 des primo-visiteurs, proposer des activités de **bien-être/détente** pourrait aussi les séduire. Enfin, les **activités sportives** ainsi que la **location de matériel de loisir** sont mentionnées par plus d'1/4 des répondants.



LES PROSPECTS

Etude des clientèles susceptibles de
consommer une offre Parc Naturel
Régional en Auvergne-Rhône-Alpes



Cycliste au Col d'Aubrac - PNR Aubrac
[© B. Colomb / Lozère Sauvage](#)

Dolmen de L'Hermet - PNR Aubrac
[© B. Colomb / Lozère Sauvage](#)



Freins à un séjour dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes

Un manque de présence à l'esprit de l'offre PNR ?

Quelles sont les raisons pour lesquelles vous n'avez jamais séjourné dans un Parc Naturel Régional d'Auvergne-Rhône-Alpes ?

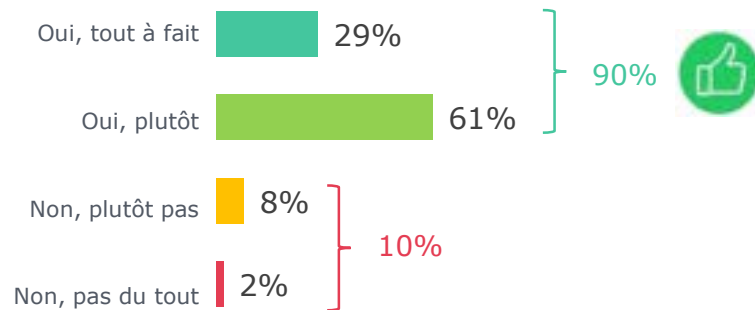
- Si les freins habituels au voyage sont cités (économique, manque de temps, distance...), c'est essentiellement le **manque de présence à l'esprit** des offres PNR qui est relevé (26% !) : les prospects n'y pensent pas, **voire ne savent pas** que l'on peut séjourner dans un PNR !
- D'autres envisagent **d'autres destinations** (notamment le littoral) ou **types de séjour** (affinitaire) ou encore **préfèrent y aller à la journée...** quand c'est possible (notamment la clientèle infrarégionale).
- Le **manque d'offres d'hébergement** ou de logements adaptés, la **peur de l'ennui** sont d'autres freins cités.



Influence de la localisation de la destination dans un PNR

Être localisé dans un PNR influence favorablement le choix d'une destination en Auvergne-Rhône-Alpes

Est-ce que le fait qu'une destination Auvergne-Rhône-Alpes se situe au sein d'un Parc Naturel Régional pourrait influencer favorablement votre choix d'y séjourner ?



- Pour **90% des prospects**, le fait qu'une destination soit localisée dans un Parc Naturel Régional pourrait **influencer positivement leur choix de séjourner en Auvergne-Rhône-Alpes : un « plus » pour séduire et attirer des clientèles.**
- **En Auvergne-Rhône-Alpes, seuls 3 offices de tourisme sur 62 communiquent sur leur appartenance à un Parc,**
- **Sur les 8 sites internet des Offices de tourisme de l'Aubrac, 1 seul communique sur le PNR depuis sa page d'accueil et 3 communiquent sur les pages secondaires**
- Pour 10% des prospects, cela ne changerait rien.

Bénéfices perçus d'un séjour dans un PNR d'Auvergne-Rhône-Alpes

Être proche de la nature, au calme, dans un environnement authentique et préservé ...

En quoi le fait qu'une destination soit située au sein d'un Parc Naturel Régional pourrait influencer favorablement votre décision ? Quels sont tous les bénéfices que vous associez au fait qu'une destination soit située dans un Parc Naturel Régional ?

- Pour 38% des prospects, le principal bénéfice repose sur la **proximité** avec la (belle) **nature**, dans de beaux **paysages** (une garantie), au **grand air** (pur !), des espaces **moins pollués**, la possibilité de voir des **animaux**.
- Un espace associé au **calme**, loin de la foule, propice à la **déconnexion** et au **ressourcement**, dans un **environnement sain** et **préservé, authentique**.
- La **préservation du patrimoine, des traditions, du local (savoir-faire, humain, bâti)** apparaissent comme des bénéfices importants.
- De même, séjourner dans un PNR apparaît comme **enrichissant**, une manière de faire du tourisme de manière **responsable, plus écologique**.
- Enfin, la **qualité des prestations** (hébergement, restauration, refuges...) est aussi vue comme un bénéfice...même si le taux de mention est faible.



04

Les habitants des PNR

Les habitants sont-ils ambassadeurs ou détracteurs du tourisme ?



Quelles sont les clés du succès ?

LA QUALITE DE L'EXPERIENCE VECUE PAR LES VISITEURS EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Les motifs de satisfaction (les atouts) et éventuels mécontentements des touristes après leur séjour (points à améliorer).

IMPACT SUR LA SATISFACTION



Quelles retombées ?

Les habitants sont-ils ambassadeurs ou détracteurs du tourisme ?

Seulement 3%
de
tourismophobes



Evolution 2021 contre 2019

	PNR 2019	PNR 2021	DIFFERENCE (en points)
L'ECONOMIE LOCALE	68%	68%	=
L'OFFRE D'ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS	63%	67%	+4
L'AMBIANCE, L'ANIMATION	59%	58%	-1
L'EMPLOI (nouveau)	ND	57%	ND
LA PRESERVATION DU PATRIMOINE HISTORIQUE	61%	56%	-5
LES INFRASTRUCTURES	47%	49%	+2
L'ASPECT GENERAL	46%	39%	-7
LA QUALITE DE VIE DES HABITANTS	15%	14%	-1
LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	15%	4%	-11
LA PROPETE DES ESPACES PUBLICS	1%	-10%*	-11

Quelles retombées ?

NUISANCES PERCUES



05

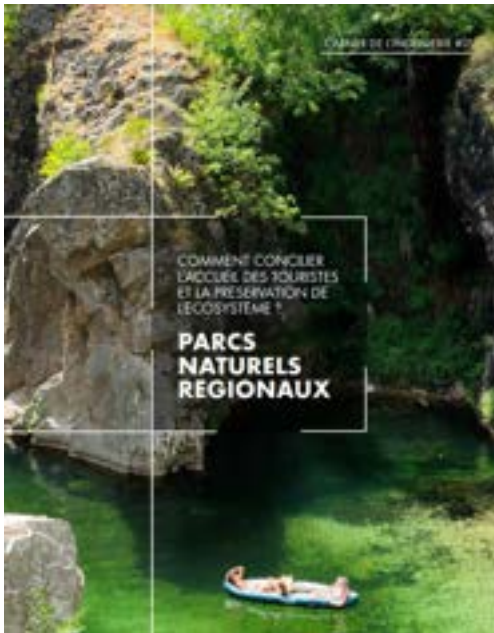
Conclusion et sujets à venir



L'Echappée Verte - PNR Aubrac
• [© B. Colomb / Lozère Sauvage](#)

Lac des Moines - PNR Aubrac
• [© B. Colomb / Lozère Sauvage](#)

Pour aller plus loin



Le titre de l'étude reprend les défis auxquels vous, parcs, êtes concernés.

A télécharger :



4. Les Offices de tourisme du massif de l'Aubrac

INFOGRAPHIE 2023

DES 8 OFFICES DE TOURISME

DU MASSIF DE L'AUBRAC



tourisme
en
AUBRAC



INFOGRAPHIE 2023

DES 8 OFFICES DE TOURISME DU MASSIF DE L'AUBRAC

ÉVOLUTION DE NOS STRUCTURES DEPUIS 20 ANS



LE TOURISME, UNE COMPÉTENCE COMMUNAUTAIRE OBLIGATOIRE

MISSIONS PRINCIPALES EXERCÉES PAR LES OFFICES DE TOURISME

- 1 ACCUEILLIR, INFORMER ET CONSEILLER LES VISITEURS
- 2 DÉVELOPPER, STRUCTURER ET PROMOUVOIR L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA OU DES DESTINATIONS
- 3 ÉLABORER ET/OU METTRE EN ŒUVRE LA POLITIQUE COMMUNAUTAIRE DU TOURISME ET LES PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE, APPUYER TECHNIQUEMENT LES PROJETS D'ÉQUIPEMENTS TOURISTIQUES
- 4 COLLECTER, COORDONNER ET DIFFUSER LES OFFRES ÉVÉNEMENTIELLES ET TOURISTIQUES
- 5 METTRE EN RÉSEAU LES PROFESSIONNELS ET LES ACCOMPAGNER DANS LE DÉVELOPPEMENT DE LEURS STRUCTURES
- 6 ANIMER LES TERRITOIRES GRÂCE À DES MANIFESTATIONS PONCTUELLES RÉCURRENTES, ÉVÉNEMENTIELS...
- 7 POUR CERTAINS :
 - . GÉRER LA TAXE DE SÉJOUR
 - . COMMERCIALISER DES PRODUITS, PRESTATIONS, SÉJOURS...
 - . GÉRER ET EXPLOITER LES ÉQUIPEMENTS TOURISTIQUES ET DE LOISIRS

INFOGRAPHIE 2023

DES 8 OFFICES DE TOURISME DU MASSIF DE L'AUBRAC



OFFICES DE TOURISME
8 OFFICES DE TOURISME
DONT : - 2 ASSOCIATIONS
- 6 EPIC



CLASSEMENT
1 OT CLASSÉS CLASSE I
4 OT CLASSÉS CLASSE II
1 EC ET 2 NC



**NOMBRE D'ADHÉSION /
PARTENARIAT**
1 945



**NOMBRE DE JOURS MOYENS
D'OUVERTURE SUR 365 J**
311 JOURS / 365 JOURS



BUREAUX OUVERTS À L'ANNÉE
28



BUREAUX SAISONNIERS
9



**NOMBRE ETP PERMANENTS
DANS LES STRUCTURES**
61



NOMBRE ETP SAISONNIERS
12



**NOMBRE DE VISITEURS
ACCUEILLIS**
335 300 VISITEURS (+ 6 %)
DONT 12 000 CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE (SOIT 4 %)



NOMBRE D'EXCURSIONNISTES
19 429 832 (-12 % / 2022)



NOMBRE DE NUITÉES (M ET NON M)
5 602 000 (+ 1 % / 2022)



**TOP 3 DÉPARTEMENTS
OT LOZÉRIENS**
HÉRAULT
GARD
AVEYRON



**TOP 3 DÉPARTEMENTS
OT AVEYRONNAIS**
HÉRAULT
CANTAL
HAUTE GARONNE



**TOP 3 DÉPARTEMENTS
OT CANTALIEN**
PUY DE DÔME
LOZÈRE
AVEYRON



TOP 3 CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE
PAYS-BAS
ESPAGNE
BELGIQUE

INFOGRAPHIE 2023

DES 8 OFFICES DE TOURISME DU MASSIF DE L'AUBRAC

PRÉSENCE NUMÉRIQUE



SITES WEB : NOMBRE VISITEURS UNIQUES
1 096 237



SITES WEB : NOMBRE PAGES VUES
3 633 907



**NOMBRE ABONNÉS
FACEBOOK**
53 663 ABONNÉS



**NOMBRE ABONNÉS
INSTAGRAM**
21 672



**NOMBRE ABONNÉS
TIK TOK (DVT EN 2024)**
2 077



**COMPTES TOUCHÉS
CAMPAGNE MA PAUSE
AUBRAC**
128 000



**NOMBRE DE VUES FICHE
GOOGLE MY BUSINESS
JUIN À DEC 2023**
89 885

BUDGET



**TOTAL DES BUDGETS
DE FONCTIONNEMENT DES OT**
3 800 000 €

SOIT 475 000 € / OT EN MOYENNE



RECETTES



**RECETTES SUBVENTIONS
COM COM**
1 900 000 €
SOIT 237 500 € / OT EN MOY



**RECETTES BOUTIQUES
& RECETTES COMMERCIALES**
534 000 €
SOIT 66 750 € / OT EN MOY



**RECETTES ADHÉSIONS
& PARTENARIATS**
186 000 €
SOIT 23 250 € / OT EN MOY



RECETTES TAXE DE SÉJOUR
840 000 €
SOIT 105 000 € / OT EN MOY

PACT Aubrac : 2020 à 2023 et 2024...





GUIDE D'APPLICATION
DU POSITIONNEMENT
DE LA DESTINATION



AUBRAC



5 OBJECTIFS

STRATÉGIQUES MAJEURS

1

Faire émerger la destination Aubrac dans un contexte touristique fortement concurrentiel en capitalisant sur un positionnement fort et différenciant.

2

Capitaliser sur les atouts majeurs de la destination pour répondre à l'émergence de nouvelles attentes des clientèles, amplifiée par la crise sanitaire : besoin de vacances privilégiant un retour à la nature, à la simplicité, à l'essentiel.

3

Positionner le territoire dans sa globalité : plateau et vallées intégrés au massif.

4

Renforcer l'attractivité touristique de la destination hors saison.

5

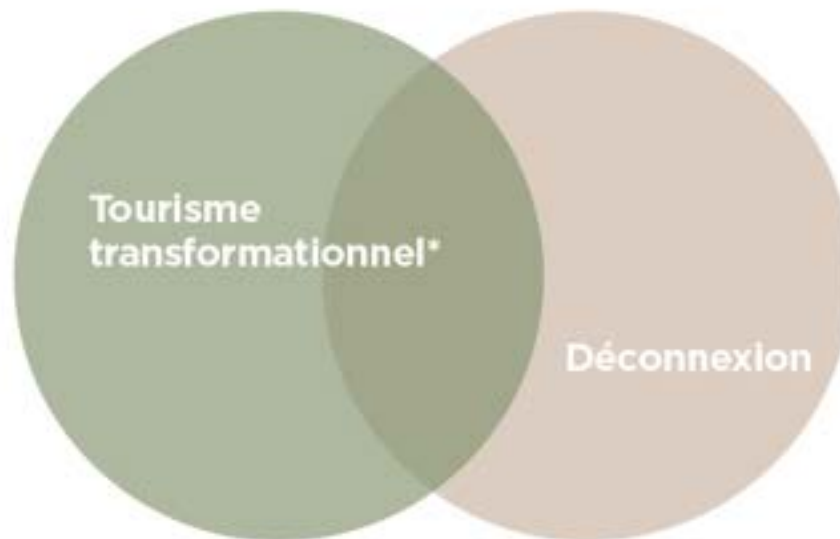
Rajeunir l'image, innover dans l'offre pour rajeunir la clientèle.

SUR QUELLES COMPÉTENCES OBJECTIVES PEUT SE CONSTRUIRE LE POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION ?

- Une nature vraie et préservée, des paysages immenses, ouverts, à couper le souffle. Un horizon infini, une flore, une faune et une géologie exceptionnelles.
- Une ambiance, une âme et une atmosphère singulières, **inspirantes**, propices au ressourcement.
- Une destination ancrée dans son histoire, ouverte sur le monde.
- Une identité et un caractère affirmés liés à l'histoire, au climat.
- Une promesse d'authenticité, de bien-être au naturel.
- Une offre moyenne montagne « active » et « pour tous ».
- Un terrain d'aventure idéal pour tous les amoureux d'activités et de sports de pleine nature, avec l'**itinérance** comme offre emblématique, une **offre 4 saisons** qui capitalise sur la complémentarité plateau-vallées.

UN POSITIONNEMENT À LA CROISÉE DE DEUX TENDANCES

- Expérience authentique
- Expérience qui transforme
- Introspection
- Bien-être



- Rompre avec le quotidien
- Se recentrer sur soi
- Faire une pause
- Retour à l'essentiel

* Le tourisme transformationnel désigne un mode de tourisme visant à **transformer** l'individu au plus profond de lui, aussi bien en termes de gestion du quotidien, mais aussi à travers un **impact émotionnel**. Immergé dans un environnement très loin de son cadre de référence, le voyageur est amené à effectuer une remise en cause de sa façon de penser, de sa façon d'appréhender le monde, mais aussi de **ses relations aux autres** (déf. du Transformational Travel Council).

Le POSITIONNEMENT du massif de l'Aubrac

En Aubrac le temps s'arrête, on prend le temps de, on prend du temps pour... Cette dimension temporelle est intimement liée au fait de pouvoir se re-connecter à l'essentiel et à la nature.

"Singulière" renvoie à ce caractère unique de l'Aubrac, cette atmosphère particulière qui s'en dégage et que l'on ne retrouve nulle part ailleurs. "Inspirante" fait référence à cette dimension spirituelle qui est dans l'ADN et l'histoire de cette destination, propice au ressourcement, au lâcher-prise.

L'AUBRAC

Une pause singulière et inspirante où
tout nous re-connecte à l'essentiel et à la nature

L'utilisation du tout a pour objectif d'intégrer l'ensemble de l'offre touristique de la destination (ses composantes : traditions vivantes, APN, activités de bien-être... forment un tout, un ensemble).

Re-connecte traduit un bénéfice consommateur immédiat. Grâce à mon séjour dans l'Aubrac, je suis à nouveau connecté à l'essentiel et à la nature. Une transformation s'opère.



Les éléments de langage

05

LES MOTS ET EXPRESSIONS CLÉS

Pour exprimer
le côté singulier
de l'environnement
dans lequel j'évolue

Spirituel - sain - espace ouvert - immensité - perte de vue - contrastes - jeux de lumière - couleurs - minéral/végétal/eau - rigueur - énergétique - bénéfique - cocon - protecteur - territoire engagé - dynamique - audacieux - innovant - nature vraie et préservée - sauvage - qui se mérite - hospitalier - tradition d'accueil - solidarité - montagne accessible - intrigant - mystérieux - mystique - émouvant - inspirant - pèlerins - caractère affirmé - fier de ses traditions - convivial - festif - ouvert sur le monde - intimiste - hors du temps

Pour exprimer
ce que j'y fais
de spécifique

Tourisme transformationnel - tourisme authentique - tourisme durable - échanges rencontres et partage au coin du feu - méditation - spiritualité - transmission d'un héritage, d'un patrimoine - traditions vivantes - activités et sports de pleine nature - photo - pêche - itinérance - Compostelle - voyager sans bouger

Pour exprimer ce
que ça m'apporte
d'exclusif

Se ressourcer - se retrouver - retourner à l'essentiel, aux vraies valeurs - faire une pause - évasion - dépaysement total - faire le point - s'immerger dans l'environnement - on vient s'y perdre pour mieux se retrouver - sensibilité à la nature - sens de l'hospitalité - entraide - harmonie - équilibre - transformation - apaisant - partage - rencontres - coupure avec le quotidien - déconnecter - se reconnecter à la nature

Aubrac • Follow
Aubrac, 6

Aimé par xyz and 120 autres
Aubrac Envie de vos ressources ? Avec plus de 150 kilomètres de VTT et 364 itinéraires de randonnées, l'Aubrac offre à tous les amoureux d'activités de pleine nature un environnement vrai et préservé.
 #aubrac #velo #trando

Aubrac • Follow
Aubrac, 6

Aimé par xyz and 120 autres
Aubrac Envie de découvrir toute la convivialité aubracoise ? Dégustez le traditionnel AÛgot en admirant des paysages à perte de vue ! Cette spécialité locale est incontournable pour les marcheurs qui suivent le chemin de Saint-Jacques de Compostelle.
 #aubrac #aigot #tradition #food

Aubrac • Follow
Aubrac, 6

Aimé par xyz and 120 autres
 Offrez-vous une véritable parenthèse de bien-être, en plongeant dans les eaux bicarbonatées de La Chaudette, une station thermale nichée au cœur de l'Aubrac.
 Dépaysement garanti !
 #aubrac #balnéothérapie #bienêtre

Aubrac • Follow
Aubrac, 6

Aimé par xyz and 120 autres
Aubrac Découvrez l'immensité des paysages de l'Aubrac à moto, sillonnez ses routes bordées de monuments chargés d'histoire, et évadez-vous sur votre cylindre au cœur d'une nature sauvage.
 #aubrac #moto #paysage

Aubrac • Follow
Aubrac, 6

Aimé par xyz and 120 autres
Aubrac L'Aubrac est riche d'histoire ! Avec pas moins de 10 sites inscrits et 25 monuments historiques inscrits ou classés, les amoureux d'histoire pourront faire un saut hors du temps.
 #aubrac #patrimoine #paysage #histoire

Aubrac • Follow
Aubrac, 6

Aimé par xyz and 120 autres
Aubrac En quête de spiritualité ? L'Aubrac est une terre d'évasion : ses chemins de randonnée au plus proche de la nature vous guideront vers le chemin de Compostelle pour un retour à l'essentiel inoubliable.
 #aubrac #compostelle #spiritualité #trando

Aubrac • Follow
Aubrac, 6

Aimé par xyz and 120 autres
 L'Aubrac offre un cadre idéal pour une balade en traineau. Évadez-vous au cœur de ses paysages immaculés ! Vivez une expérience riche en émotions, totalement hors du temps.
 #aubrac #neige #traisneau

TYPE D'IMAGES À PRIVILÉGIER



TYPE D'IMAGES NON RECOMMANDÉES



STYLE DE VISUELS

Des visuels qui retranscrivent l'insolente beauté de la virginité des paysages de l'Aubrac, la re-connection à cette nature sauvage auxquels ils nous invitent.





© BC Roberts - Lookout Swings - fact / Adfatic



© Sergio Comariga - CDF / Lookno



© Sergio Comariga - CDF / Lookno





Contacts

Version 1
NOVEMBRE 2022

**Agence Départementale de l'Attractivité
et du Tourisme de l'Aveyron**
Christian SABATHIER
christian.sabathier@aveyron-attractivite.fr

**Agence de Promotion et de Développement
du Tourisme Cantal Destination**
Bruno AVIGNON
bavignon@cantal-destination.com

Comité Départemental du Tourisme de la Lozère
Caroline VIDAL-SALS
cvidal-sals@lozere-tourisme.com

**Comité Régional du Tourisme et des Loisirs
d'Occitanie**
communication@crtooccitanie.fr

Office de Tourisme en Aubrac
Séverine DIJOLS-VALENG
direction@tourismeenaubrac.com

Office de Tourisme Terres d'Aveyron
Séverine BEAUCHAMP
communication@terresdaveyron.fr

Office de Tourisme Aubrac Lozérien
Xavier MASSIP
direction@aubrac-lozere.com

**Office de Tourisme de l'Aubrac
aux Gorges du Tarn**
Alexandre ROUZIER
alex@aubrac-gorgesdutarn.com

**Office de Tourisme du Commerce
et de la Culture Gévaudan Destination**
contact@gevaudan-authentique.com

Office de Tourisme Margeride en Gévaudan
tourisme@margeride-en-gevaudan.com

Office de Tourisme des Pays de Saint-Flour
info@pays-saint-flour.fr

Parc Naturel Régional de l'Aubrac
Mylène GRAS
mylene.gras@parc-naturel-aubrac.fr



PACT « Aubrac » - #MaPauseAubrac

Plan d'actions 2023

- CONTINUITÉ DE LA CAMPAGNE #MAPAUSEAUBRAC

- Accueil d'influenceurs : [@Sarah Hiking](#) du 26 au 29 juin (thème nature – 67k followers), [@bobine](#), du 11 au 14 septembre (terroirs et savoir-faire - 12k followers)+ [@Chaloumar360](#) du 6 au 9 octobre (thème famille à la ferme – 151k followers)
- Instameet en collaboration avec les Igers: du 2 au 4 juin + du 21 et 22 janvier 2023



- **CREATION DE 2 FILMS**

Déconnecter/Respirer/S'émerveiller/Partager/Se ressourcer/Savourer/Se retrouver/Se reconnecter
– Société Seize9

- Printemps
- Automne

- **Salon de la randonnée à Lyon – 24 au 26/03**

- Création d'un kit accueil Aubrac (fond de stand)
- Création d'une carte Aubrac avec mise en avant de l'itinérance



- **CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE FACEBOOK + INSTAGRAM**

- Ciblage clientèle 28-45 ans de proximité
- Printemps : 29/05 au 2/07 → 1,6M de personnes et généré 2,8M de vues de la vidéo
- Automne du 20/09 au 5/11

- **Jeu-Concours #MaPause Aubrac :**

- Clôture juin 2023 → 2518 publications sur Instagram en 1 an, 1,9M personnes touchées et 8,4M impressions
- 16 lauréats avec remise des prix sous forme de week-ends

- **Accueils presse :** Massif Central Magazine, National Geographic Food traveler + Livre gastronomie française



Perspectives 2024 – Budget 61 K€

- **CAMPAGNE DE PROMOTION DES FILMS PRODUITS**

- Printemps + Automne → 6 mois – 35 k€ environ
- Cible affinitaire – Localisation ciblée
- YouTube + réseaux sociaux: format pub 15 s
- Mars – juin + Septembre- octobre
- Autre version des films en format 1'30

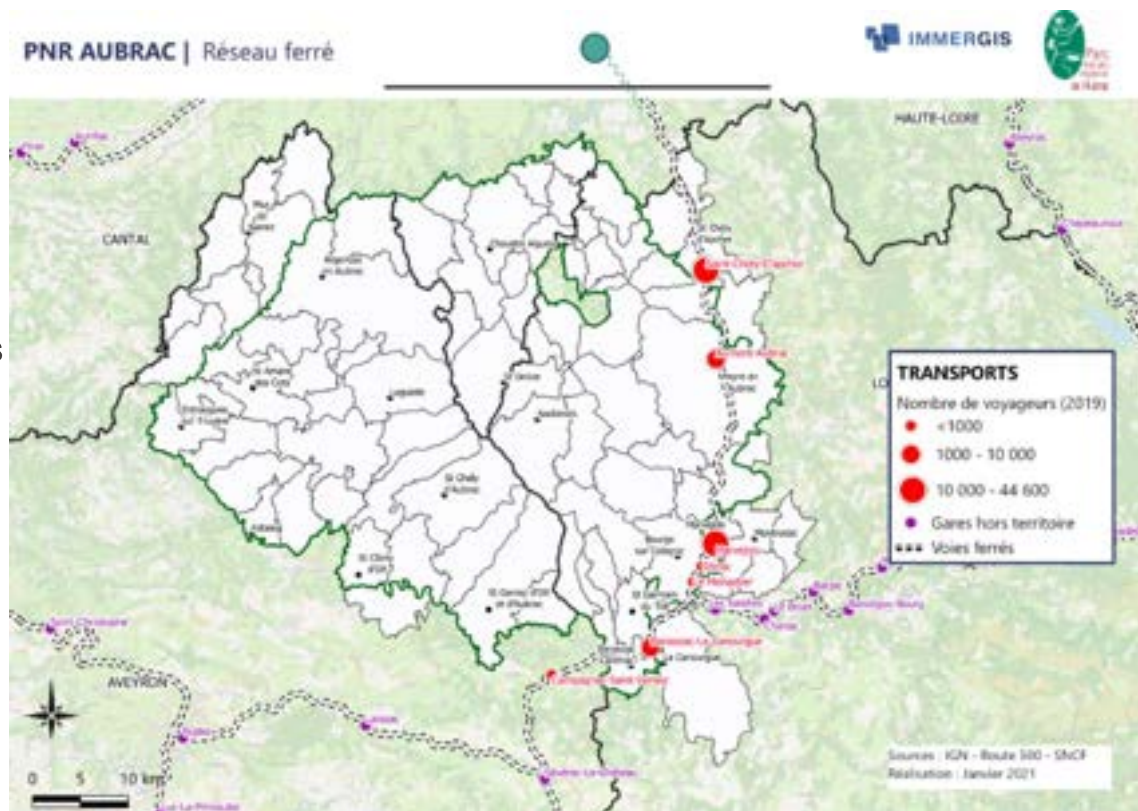
- **Participation au salon de la randonnée :** inscription et logistique

- **Ré-impression de la carte Aubrac avec mise en avant de l'itinérance :** 20 000 ex

- **Production de contenus (presse, web...) :** valoriser le positionnement, environ 20 pages, impression prévue.

5. Le programme LocO'brac

- **Lauréat AMI Plan Avenir Montagne Mobilité** : PNR Aubrac chef de file et CC Gévaudan et Saint-Flour Communauté partenaires
- **Inciter les visiteurs du territoire à opter pour le train** et ce en valorisant les infrastructures ferroviaires de la ligne Aubrac.
- Participer à l'amélioration des **connexions** entre différents modes de déplacement (train, bus, covoiturage, autopartage et vélo). Offrir aux touristes des **chaines de déplacement décarbonées** jusqu'à leurs destinations touristiques finales, en lien avec la stratégie Aubrac 4 saisons du Parc
- **Concentrer toutes les informations** liées à la ligne Aubrac sur un même support (numérique) : de l'information sur les horaires, tarifs, itinéraires, offres touristiques, jusqu'à la réservation en ligne via une billettique innovante et facilement accessible.



5. Suite à cette Conférence ...

- La prochaine Conférence territoriale Tourisme aura lieu en juin :
 - Thématiques ou sujets à aborder ?
- La gouvernance du Pôle de pleine nature saison 2 :
 - COPIL
 - Groupes de travail

©B. Colomb - Lozère Sauvage





Merci pour votre attention !



Pour rester informé de l'actualité du Parc :



Ce que nous faisons ensemble

La lettre d'information aux élus du territoire du Parc naturel régional de l'Aubrac

« Ce que nous faisons ensemble »

La lettre d'info des élus du territoire et aux partenaires du Parc

> Pour la recevoir : une simple demande à communication@parc-naturel-aubrac.fr

Drailles*

de vallées en plateau,

la lettre d'info du Parc naturel régional de l'Aubrac



« Drailles »

La lettre d'info grand public

> Pour la recevoir : <https://www.parc-naturel-aubrac.fr/inscription-newsletter/>
www.parc-naturel-aubrac.fr/inscription-newsletter/