

Expertise et stratégie d'évolution du parc du TSS sur le périmètre du Massif Central

OCTOBRE 2025

Coordonnée par :



Etude financée par :



AGENCE
NATIONALE
DE LA COHÉSION
DES TERRITOIRES
Commissariat du Massif central

Etude réalisée



En collaboration avec :



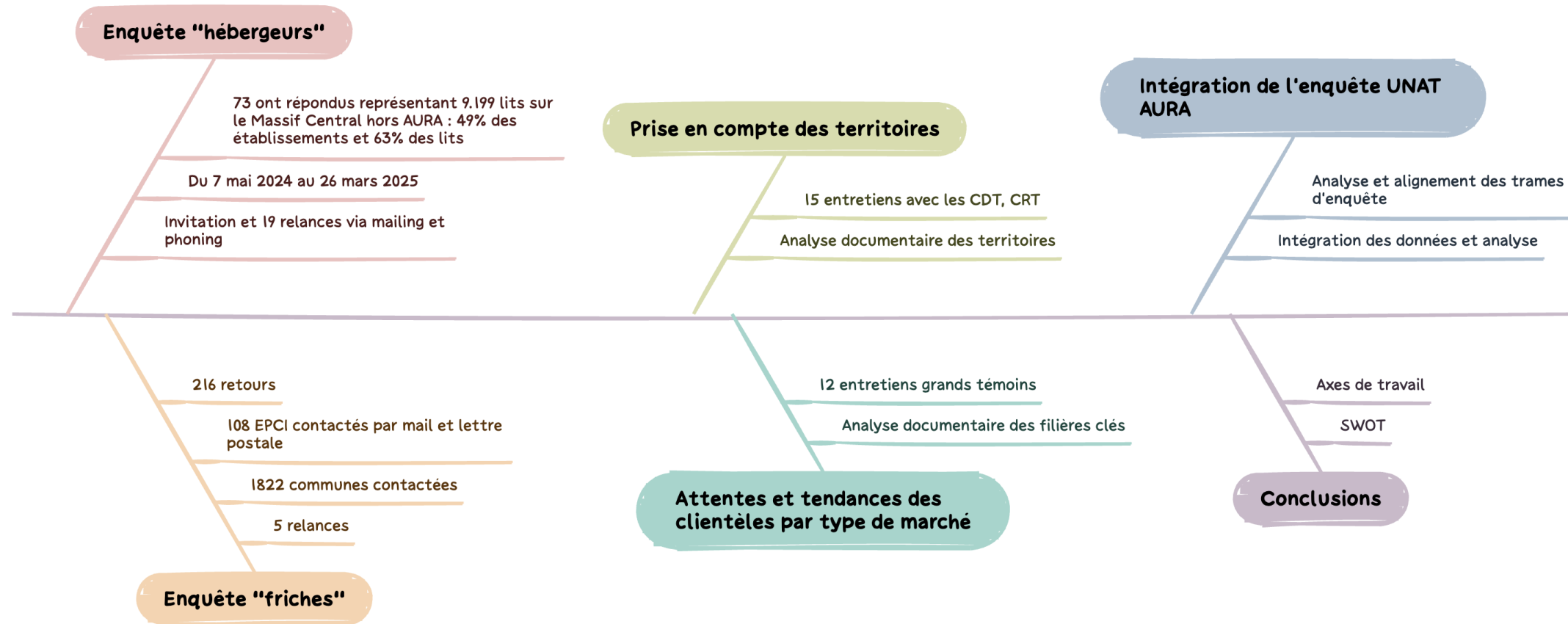


1. Méthodologie

Etude exhaustive

Méthodologie de l'étude

Méthodologie



Méthodologie de la fusion des données

Dans une volonté de disposer d'une vision globale et représentative du Tourisme Social et Solidaire (TSS) sur l'ensemble du Massif Central, il a été décidé de rapprocher 2 enquêtes distinctes :

- L'enquête menée par BR Conseil, portant sur le périmètre du Massif Central hors Auvergne-Rhône-Alpes (AURA)
- L'enquête conduite par l'UNAT AURA, centrée sur le Massif Central en AURA.

Bien que conçues séparément, ces deux études présentent des thématiques comparables.

Méthodologie : standardisation technique des données

Le rapprochement technique des données a nécessité plusieurs étapes afin d'assurer la cohérence et la comparabilité des données :

Analyse et alignement des trames de questions

- La trame complète des questions de l'UNAT AURA a été comparée avec celle de BR Conseil.
- Ce travail d'alignement a permis d'identifier 31 questions équivalentes, qui constituent désormais un socle commun pour la consolidation des résultats.
- Les autres questions, spécifiques à chaque enquête ont été conservées à titre qualitatif ou analysées séparément.

Harmonisation des formats et retraitement des réponses

- Les bases de données, fournies sous Excel, présentaient des différences de codage et d'échelles.
- Un travail de retraitement a été réalisé par BR Conseil pour homogénéiser les réponses et permettre leur intégration dans une base commune.

Rapprochement des échantillons

- Les deux échantillons ont été rapprochés afin de constituer une base consolidée couvrant l'intégralité du Massif Central.

Intégration des données et analyse

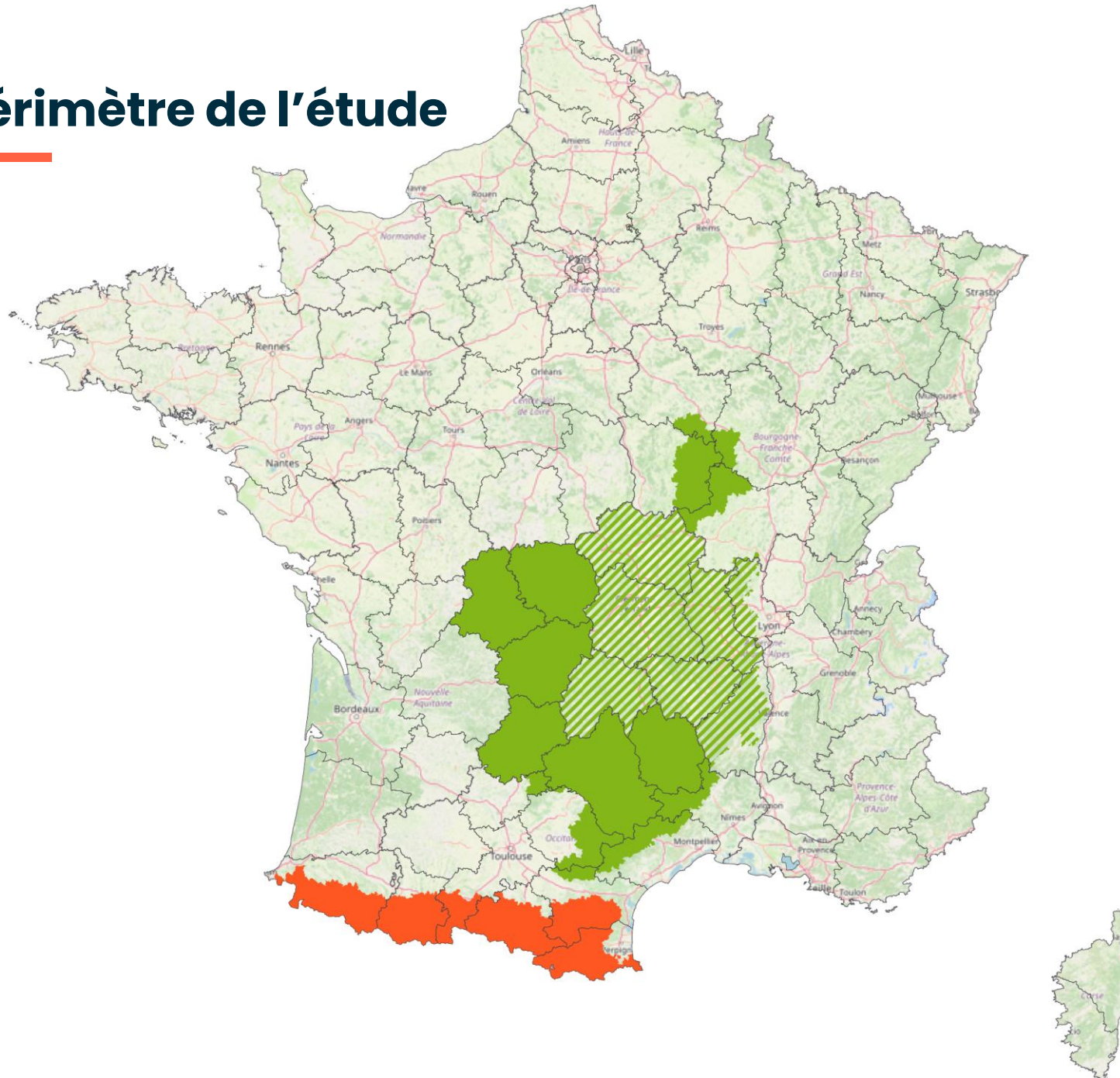
- Les données harmonisées ont été intégrées et retraitées dans Sphinx afin de permettre une exploitation homogène.
- Les analyses statistiques et qualitatives ont ensuite été menées pour mettre en évidence les grandes tendances, complétées par l'apport spécifique de chaque enquête (besoins en rénovation d'un côté, retombées économiques et RH de l'autre).
- Ces résultats ont permis de compléter et enrichir le rapport d'étude, offrant ainsi une vision consolidée et représentative du TSS sur le Massif Central.

Limites de la méthode

Précautions d'interprétation

- Chaque enquête avait un angle spécifique : l'étude BR Conseil approfondit les besoins d'évolution et de rénovation du patrimoine, tandis que l'étude UNAT AURA met davantage en avant les retombées économiques et sociales.
- Les résultats consolidés permettent donc une lecture globale, mais certains indicateurs restent à interpréter en tenant compte de ces différences initiales.

Périmètre de l'étude



Périmètre Pyrénées :

- 2 régions
- 6 départements

Périmètre Massif Central :

- 3 régions
- 15 départements

Complété par la partie AURA :

- 1 région
- 7 départements



2.

Etat des lieux

Caractérisation du parc du TSS

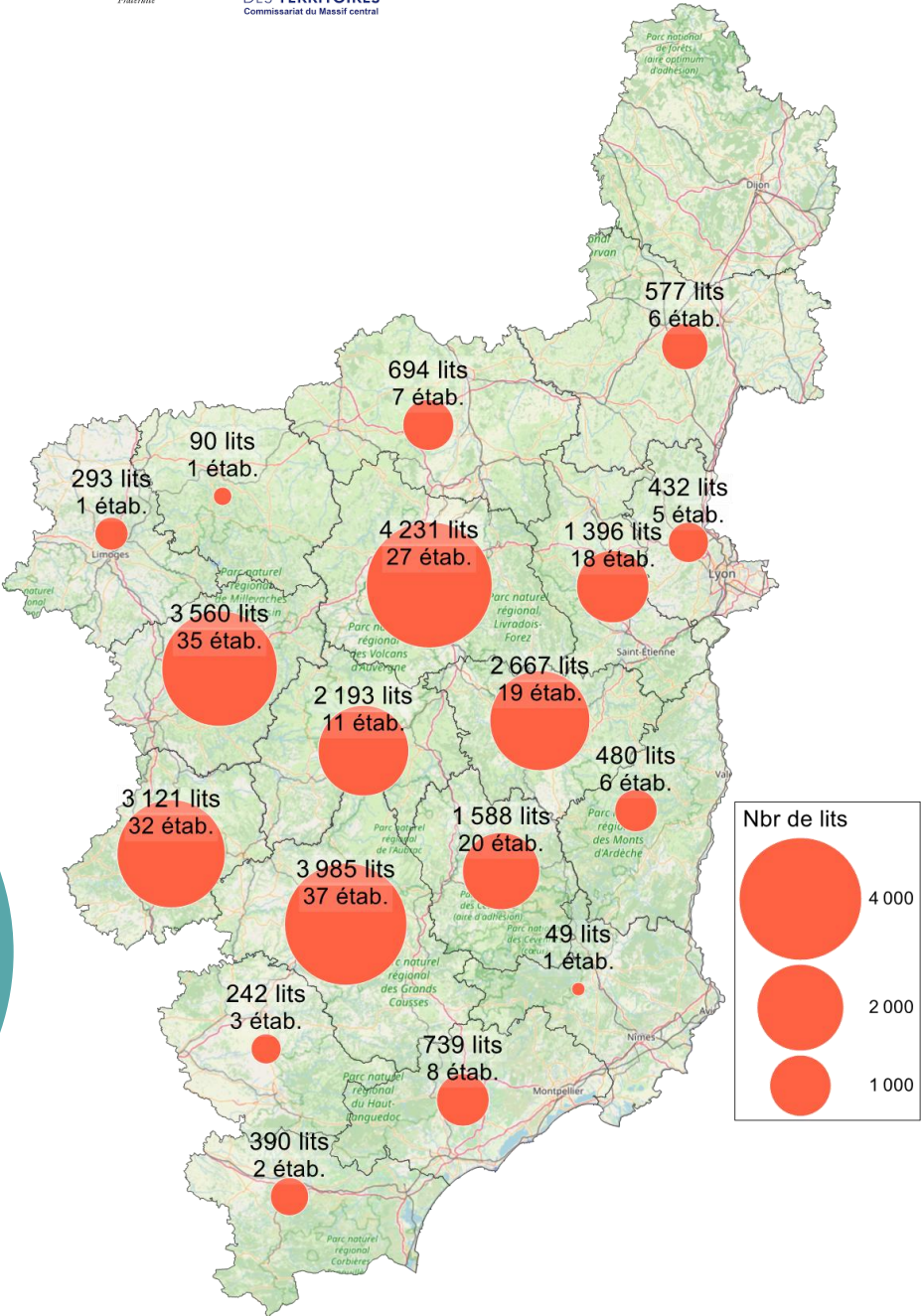
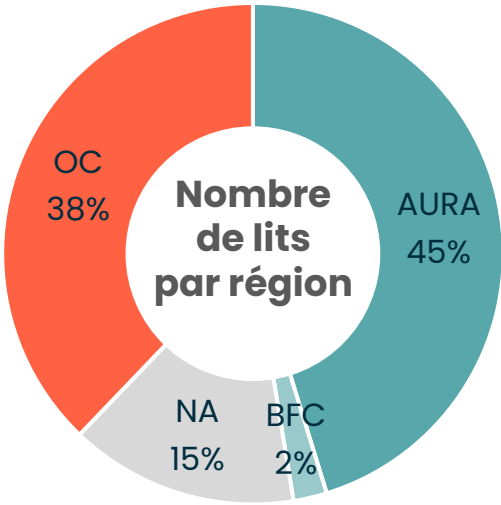
Caractérisation du parc

Sur le Massif Central, on recense :

26 727 lits appartenant au TSS

pour 239 structures

	Lits	Etablissements
Auvergne-Rhône-Alpes	12 093	93
Bourgogne-Franche-Comté	577	6
Nouvelle-Aquitaine	3 943	37
Occitanie	10 114	103



Caractérisation du parc

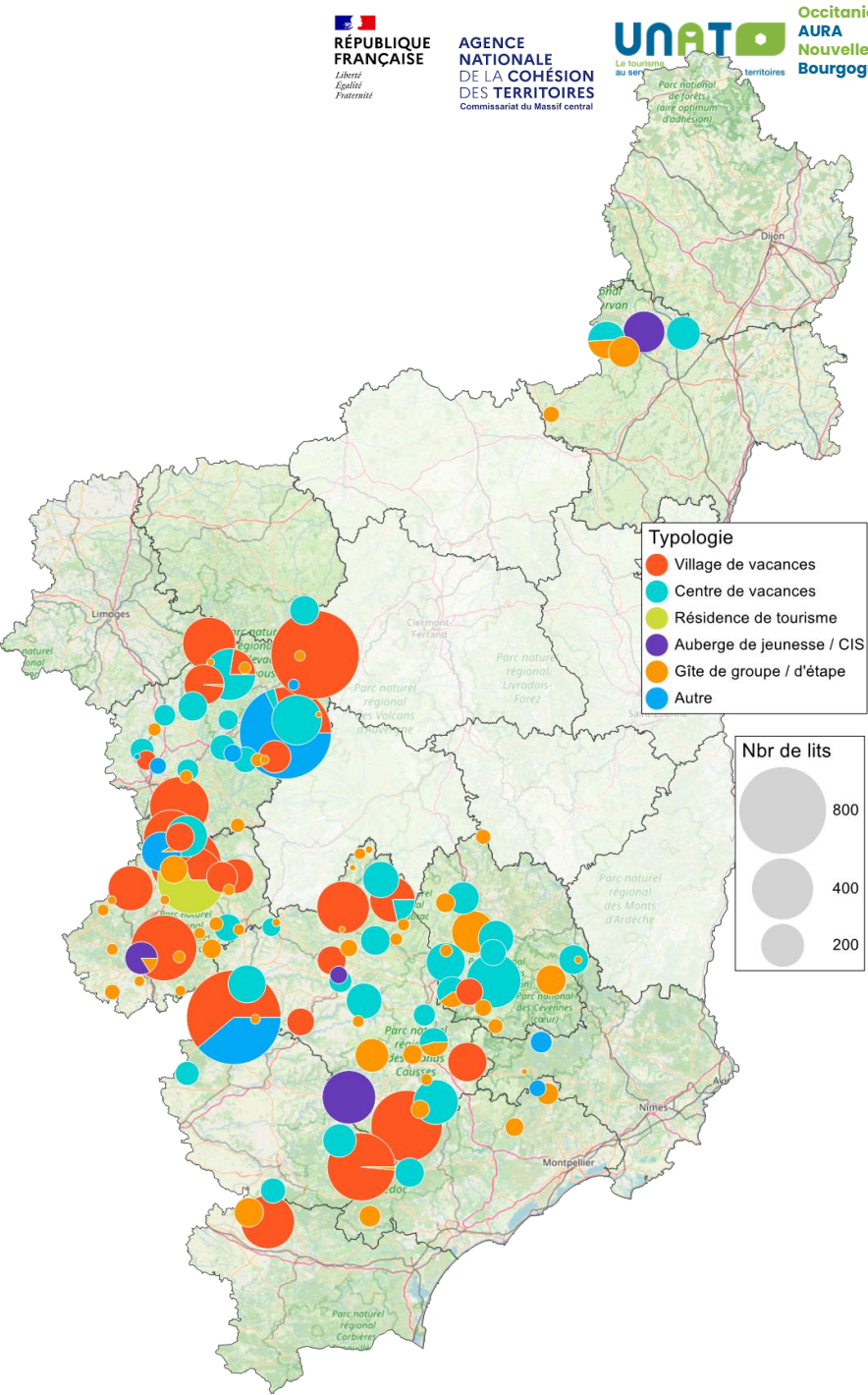
Sur la partie Massif Central hors AURA, on recense :

14 634 lits pour 148 structures actives

	Lits	Etablissements
Village de vacances	6 813	26
Centre de vacances	3 705	38
Résidence de tourisme	324	1
Auberge de jeunesse	609	4
Gîte de groupe	1830	66
Autre	1353	13

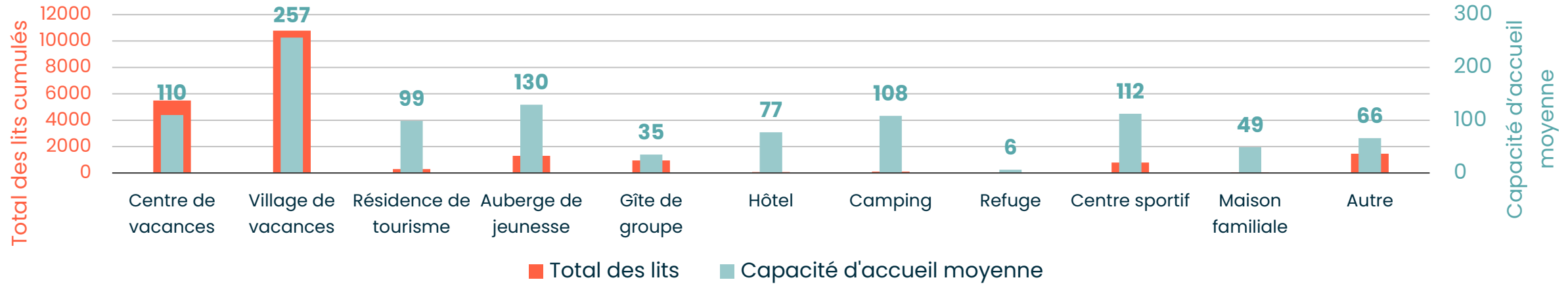
L'échantillon de l'enquête représente 63 % des lits du parc.

**On recense également 18 structures inactives
soit à minima 2 000 lits actuellement
non-exploités sur le périmètre.**



Caractérisation du parc

Typologie de l'offre TSS : répondants à l'enquête



Le TSS représente plus de 26 000 lits sur le Massif Central, dont 15 600 lits ont répondu à l'enquête.

Une très grande majorité des lits en village de vacances, contrairement à l'offre sur les Pyrénées (38% de CV et 31% de VV).

Le Puy-de-Dôme concentre 16 % des lits du parc, très probablement grâce à la dynamique liée à la double saisonnalité du massif du Sancy. Il est suivi par l'Aveyron (15 % des lits) et la Corrèze (13 %).

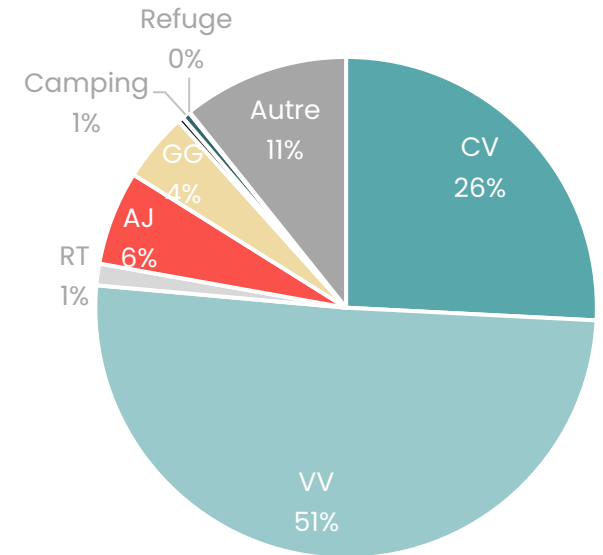
Des **capacités d'accueil hétérogènes** qui varient selon le lieu d'implantation et la typologie des établissements :

- Les villages de vacances du Puy-de-Dôme (272 lits), du Cantal (360 lits) et de la Haute-Loire (226 lits) disposent d'une capacité d'accueil significativement plus élevée que ceux implantés ailleurs sur le massif.
- Les centres de vacances présentent, quant à eux, une taille très homogène selon les départements, avec une moyenne de 110 lits.
- Hors villages de vacances et auberges de jeunesse, des capacités inférieures ou égales à celles des Pyrénées.

L'offre est principalement composée de lits en villages et centres de vacances, qui représentent ensemble environ 77% des lits.

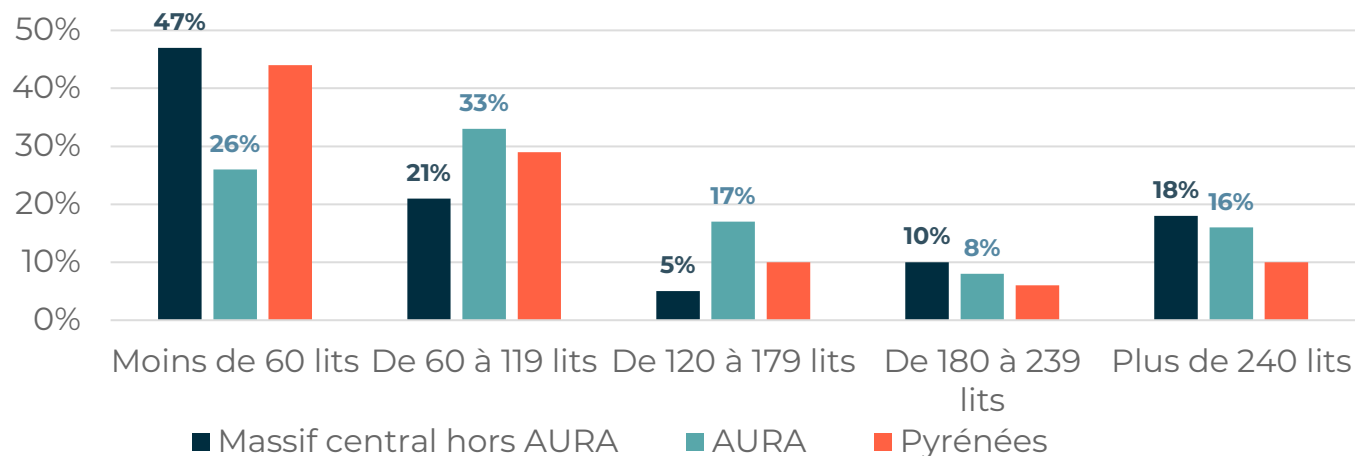
On note également une présence importante de gîtes de groupe et d'étape, jouant un rôle important sur le maillage du territoire pour le tourisme itinérant.

Répartition de l'offre en nombre de lits



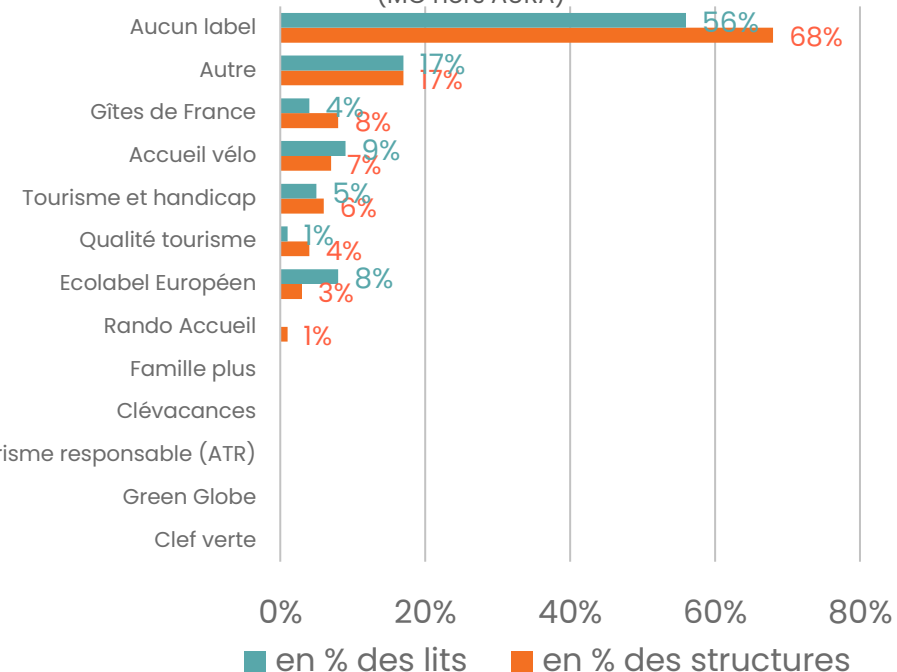
Caractérisation du parc

Répartition de l'offre par nombre de lits

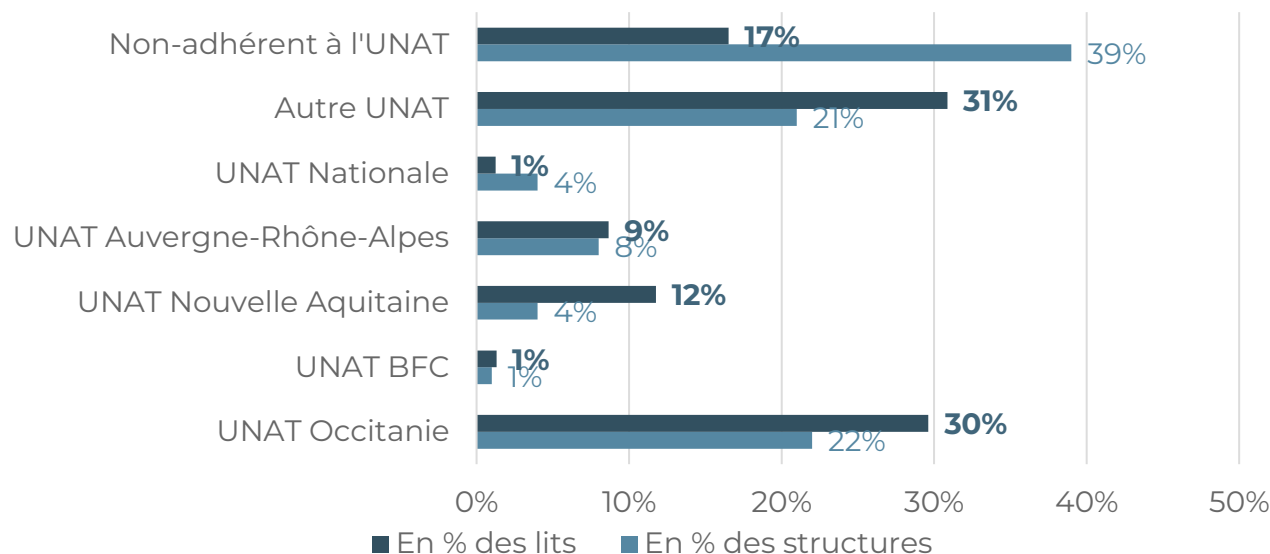


Niveau de labélisation

(MC hors AURA)



Adhésion à l'UNAT



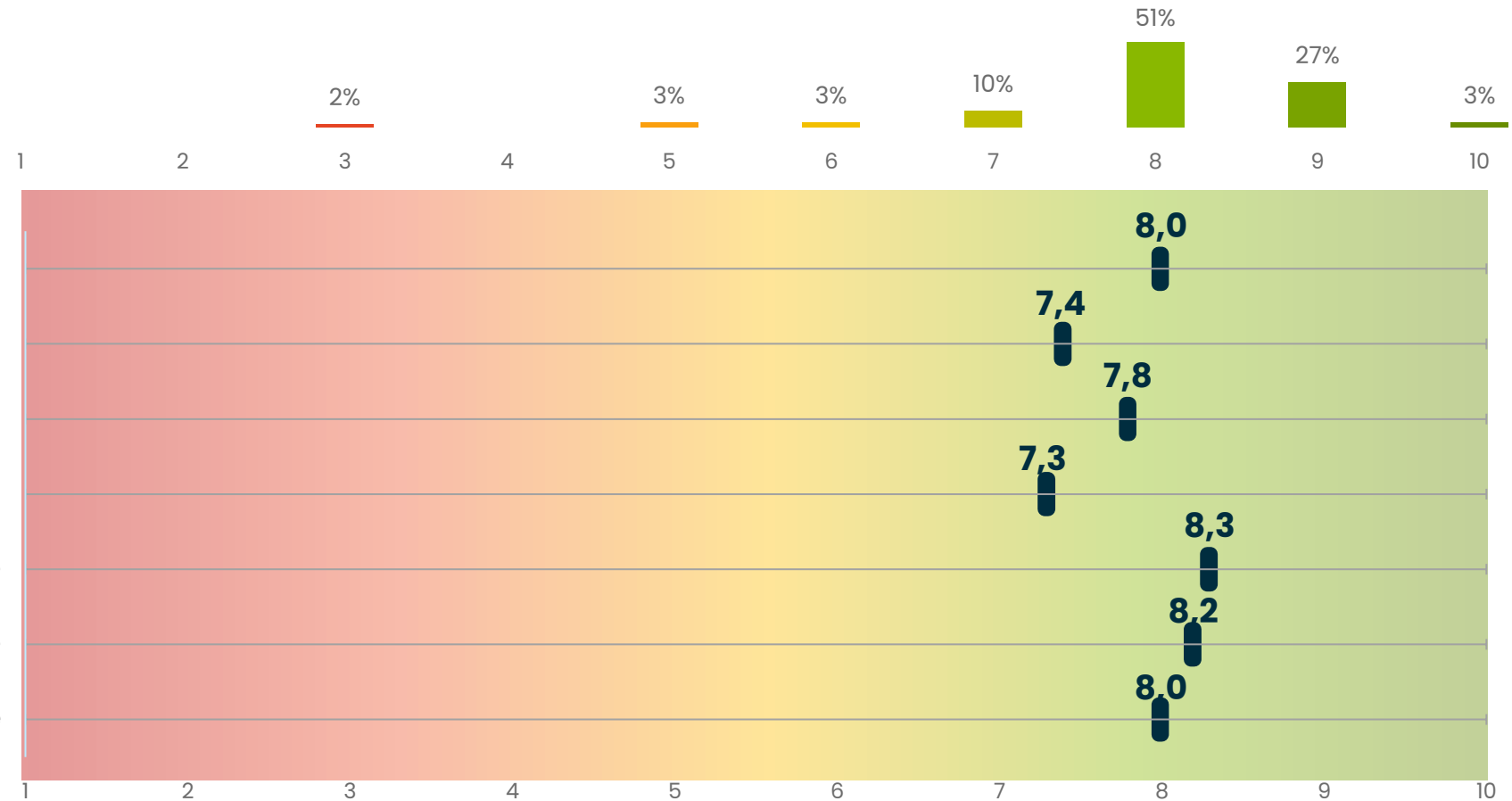
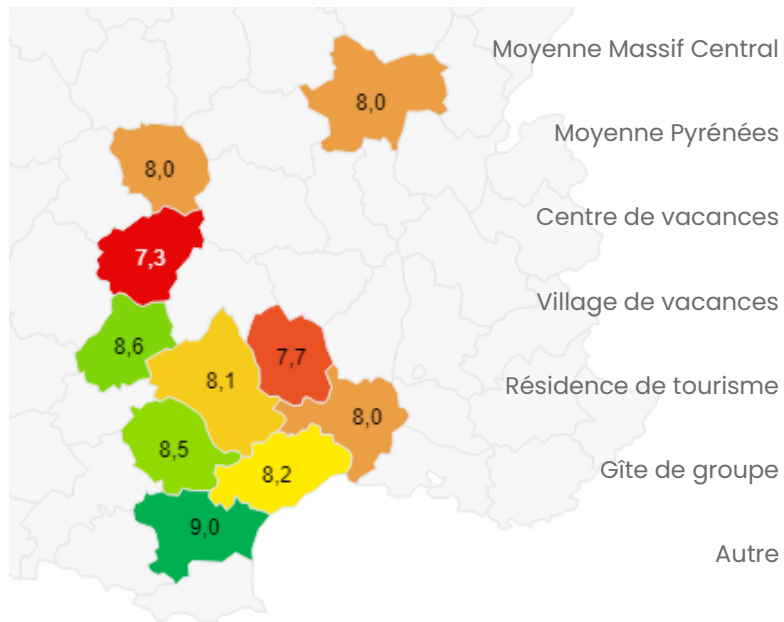
- La zone Auvergne-Rhône-Alpes se caractérise par une proportion plus importante d'établissements de **taille moyenne**, tandis que le reste du Massif central se distingue par de **nombreux équipements de petite taille**, avec une répartition plus proche de celle observée dans les Pyrénées.
- Les structures les plus grandes sont adhérentes à l'UNAT. Les non-adhérents sont majoritairement de petites structures (59 lits en moyenne).
- Les adhérents de l'UNAT Occitanie et de l'UNAT Nouvelle-Aquitaine se distinguent par des capacités plus importantes.
- Un faible niveau d'adhésion aux labels de qualité

Qualité de l'offre (MC hors AURA)

Note moyenne de

8,0

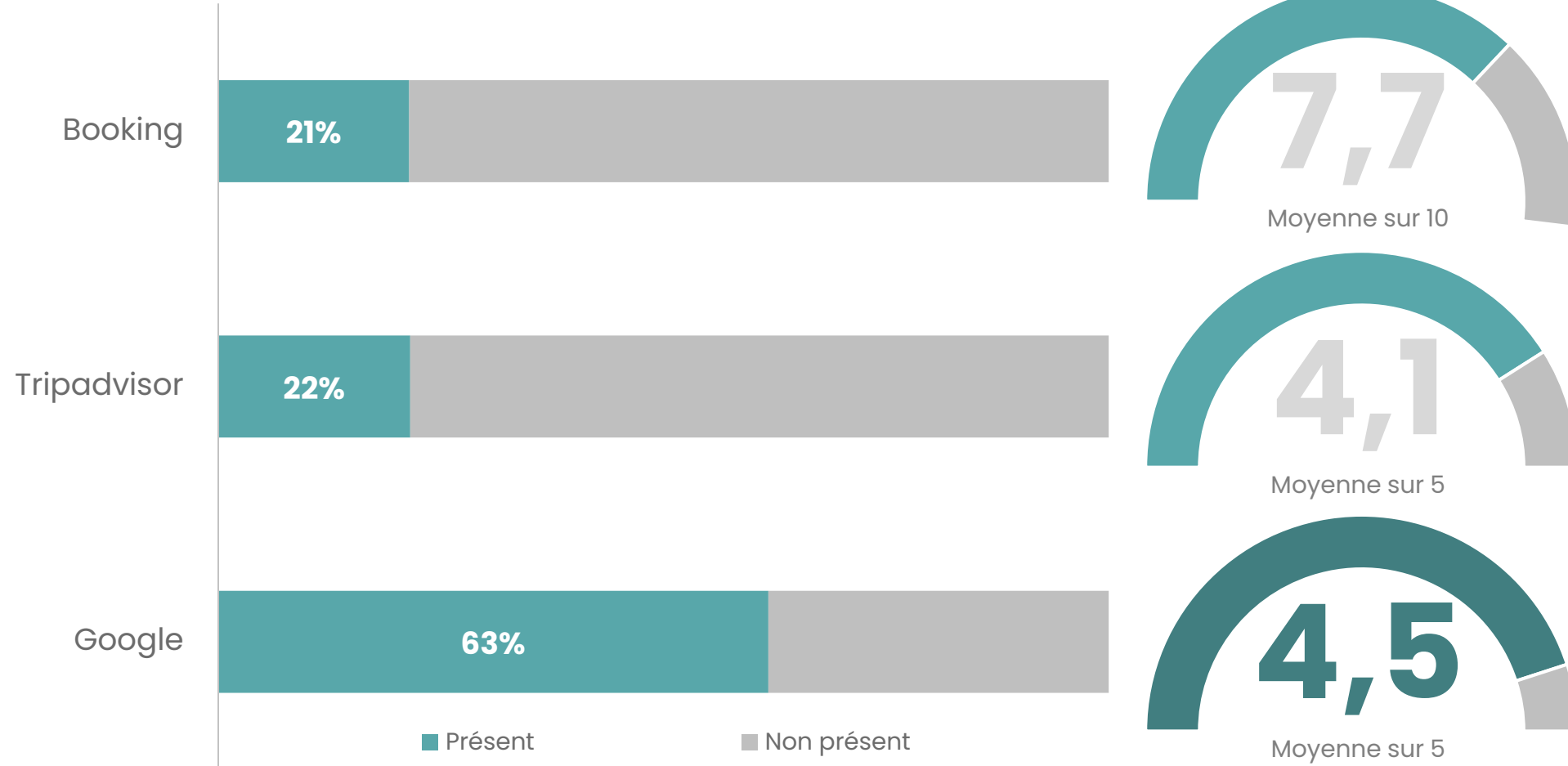
Qualité de l'offre proposée



- Avec une note moyenne de 8,0, la grande majorité des établissements jugent la qualité de leur offre comme suffisante aujourd'hui. La note est 0,6 points supérieure à celle des Pyrénées.
- Seul 5% des établissements se sont attribué une note inférieure à 5 sur 10.
- La notation est avant tout basée sur des échanges avec les clients (77% des opérateurs)

Qualité de l'offre (MC hors AURA)

Présence et notation sur les sites d'avis



■ Une faible présence sur les sites d'avis : les canaux de distribution du TSS sont différents de ceux de l'hébergement touristique classique.

■ Une notation meilleure que l'offre sur les Pyrénées : sur Booking +0,8 pts et sur Google +0,4 pts.

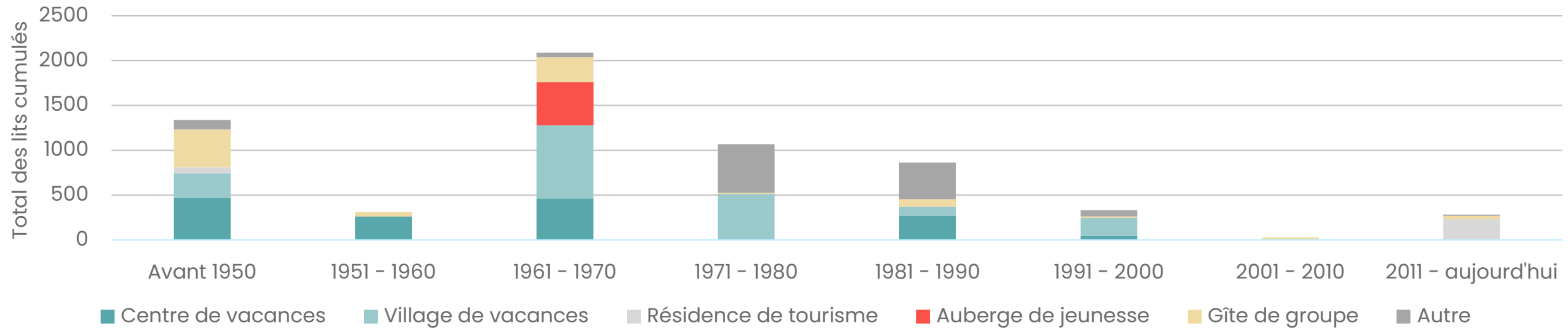


2. Etat des lieux

Patrimoine

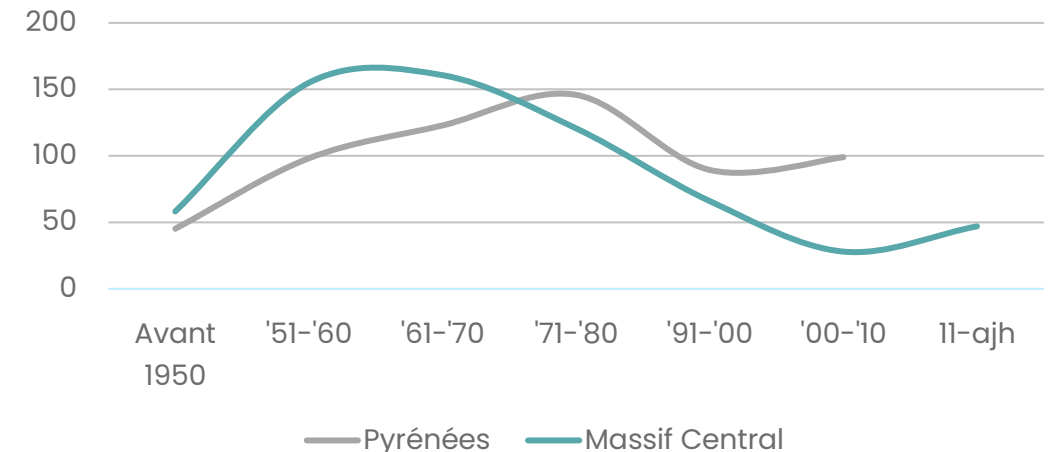
Patrimoine (MC hors AURA)

Période de construction par typologie d'hébergement En nombre de lits



- Un patrimoine vieillissant : 89 % des lits ont été construits avant 1990.
- Un pic de construction dans les années 1960 et 1970, qui concentrent à elles seules 50 % des capacités d'accueil. **Un développement de l'offre plus ancien dans le Massif central que dans les Pyrénées**, où le pic de construction s'est plutôt situé dans les années 1970 et 1980.
- Une part importante de l'offre – notamment les gîtes de groupes et les centres de vacances – a été implantée dans des bâtiments historiques.
- **Une tendance précoce à la réduction des capacités d'accueil dans le Massif central** : dès les années 1960, la taille moyenne des structures construites diminue nettement.
- **Des enjeux patrimoniaux étroitement liés à l'ancienneté du bâti.**

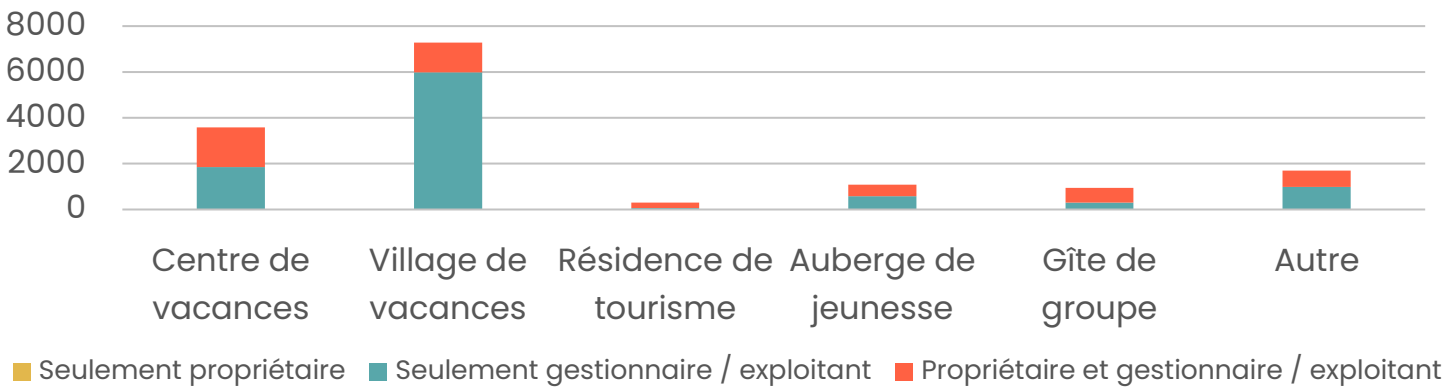
Evolution de la capacité d'accueil moyenne Par période de construction



Patrimoine

Statut de l'équipement : gestionnaire / propriétaire

En nombre de lits



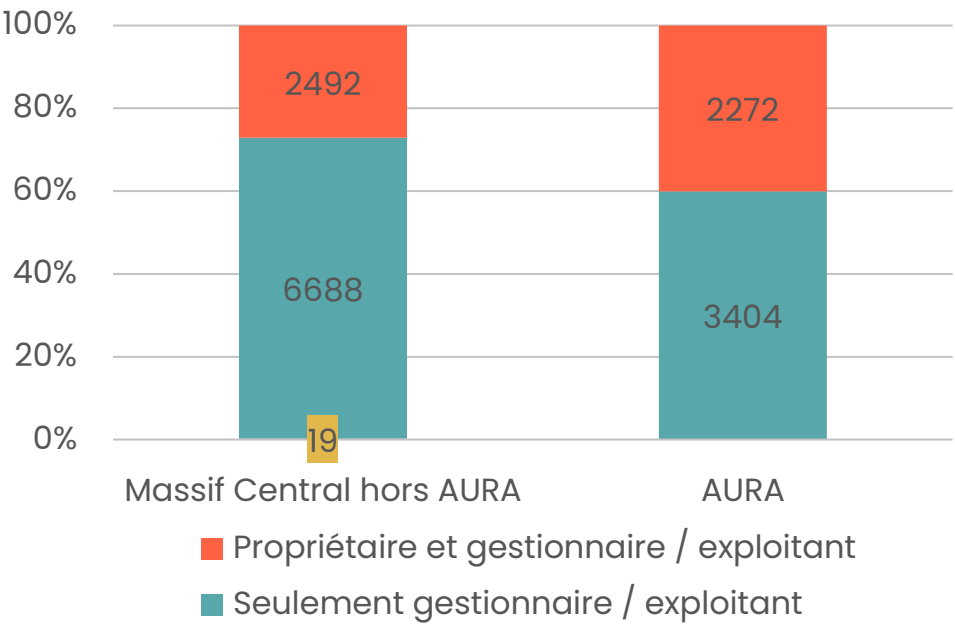
- Un recours régulier à la gestion déléguée est observé dans le secteur du TSS :
 - Sur la zone hors AURA : 72% des lits appartiennent à un tiers.
 - Sur la zone AURA : 60% des lits appartiennent à un tiers.

Les établissements sous gestion déléguée sur la zone hors AURA présentent une capacité d'accueil (191 lits) considérablement plus importante que celle des établissements en propriété directe (67 lits).

	Gestion déléguée	Propriété
MC hors AURA	191	67
AURA	155	126

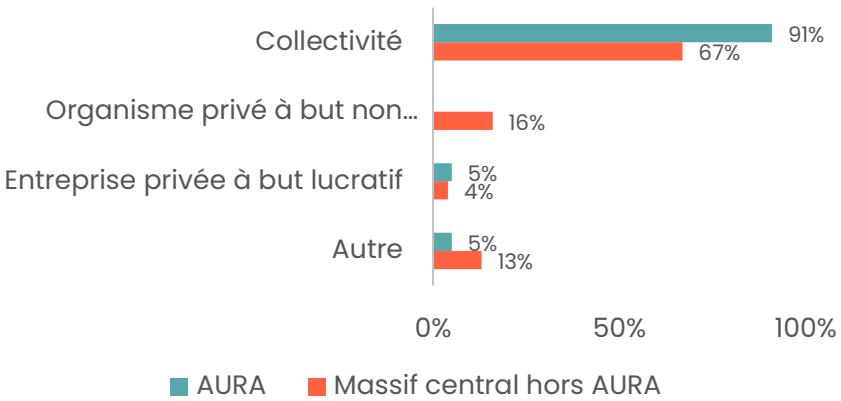
- L'écart est beaucoup moins marqué sur la zone AURA.
- Dans les Pyrénées, l'écart est moins marqué, avec des établissements sous gestion déléguée plus petits et des établissements en propriété directe plus grands qu'en Massif Central.
- Les centres de vacances sont majoritairement gérés par leur propriétaire, tandis que les villages de vacances sont plutôt gérés par une entité externe selon un modèle de gestion déléguée.

Par zone



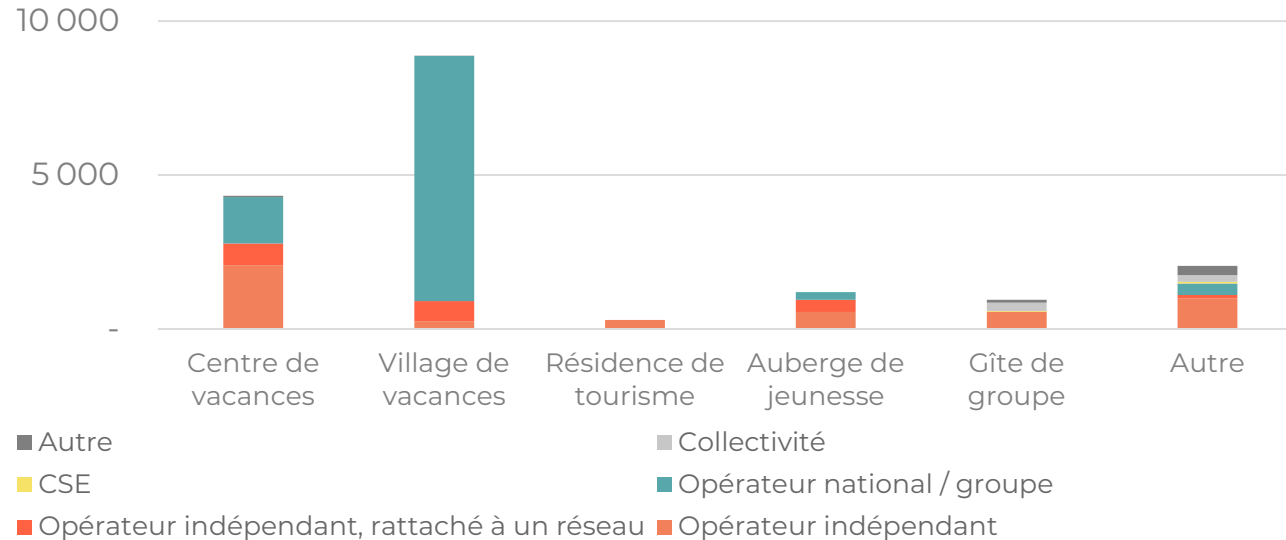
Statut du propriétaire en cas de gestion déléguée

Toutes typologies d'hébergements confondues



Patrimoine

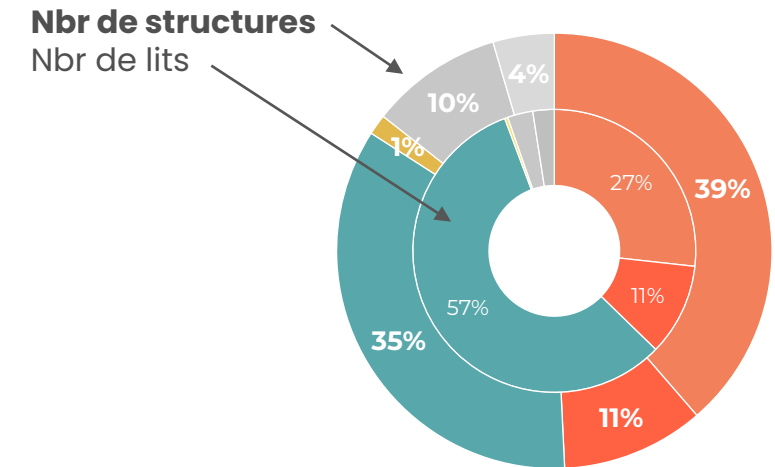
Le statut des opérateurs par typologie d'équipement
En nombre de lits



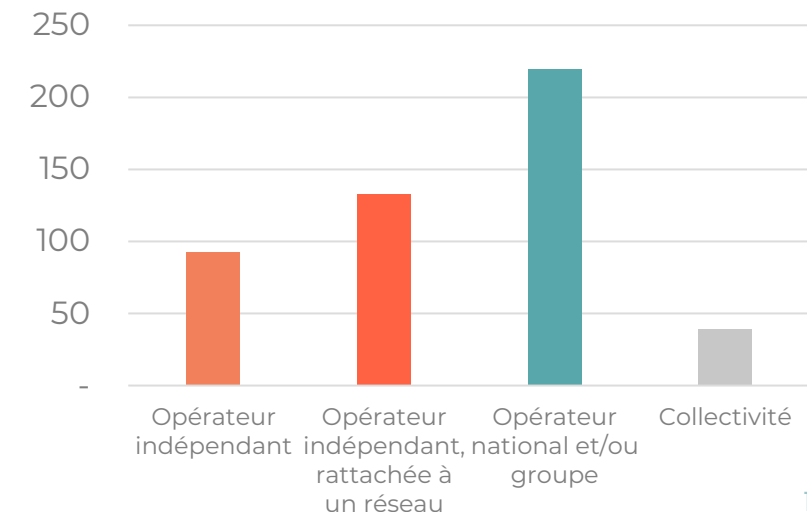
- Un équilibre entre le nombre de lits gérés par des opérateurs nationaux ou en groupes et celui des opérateurs indépendants, locaux.
- La taille des équipements gérés par des groupes est considérablement plus importante que celles des structures gérées par des indépendants (notamment sur la zone hors AURA : 397 lits).

Statut des opérateurs en structures et en nombre de lits

Clé de lecture : les opérateurs indépendants représentent 39 % des structures et concentrent 27 % de la capacité en lits.

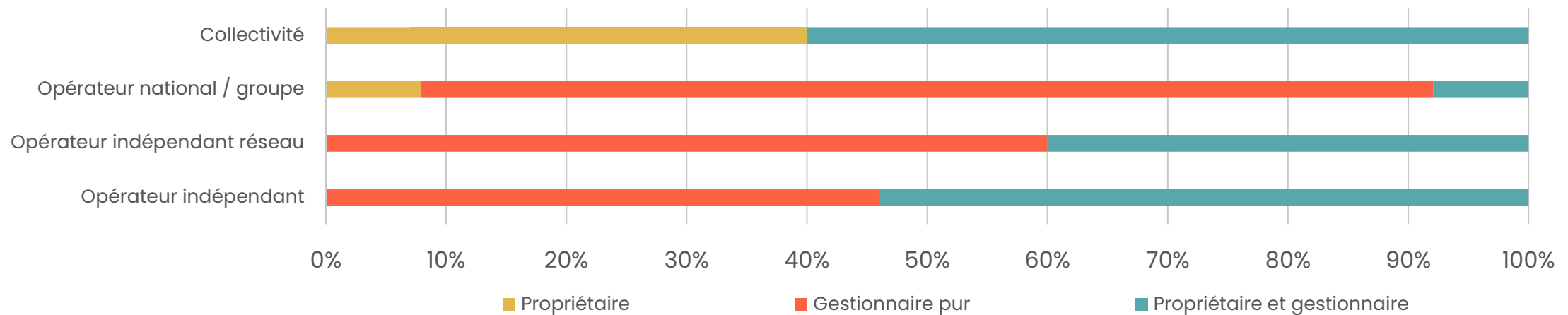


Capacité d'accueil moyenne par statut



Patrimoine (MC hors AURA)

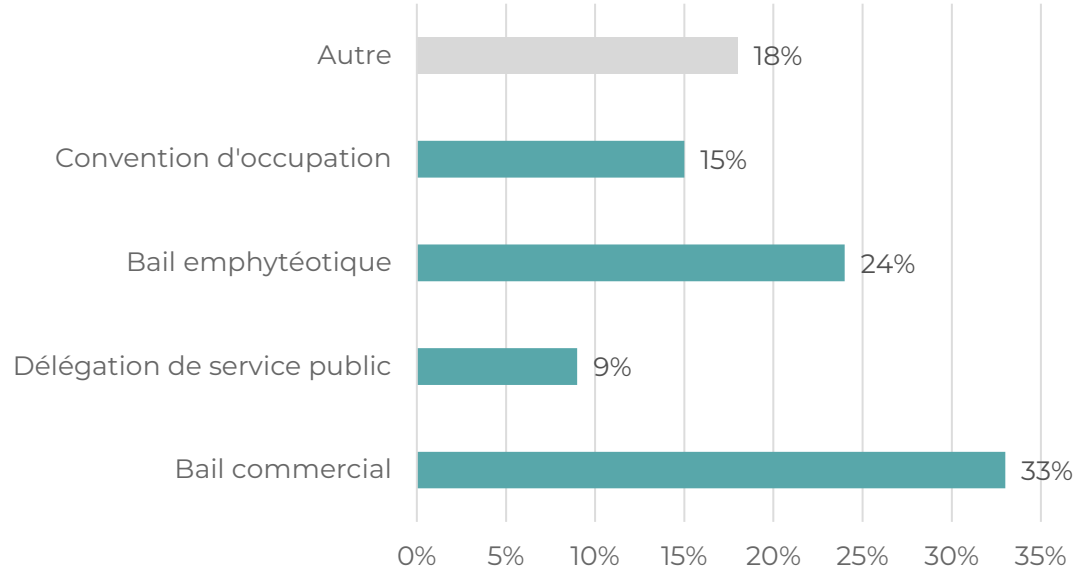
Statut de l'opérateur vis-à-vis du mode de gestion Toutes typologies d'hébergements confondues



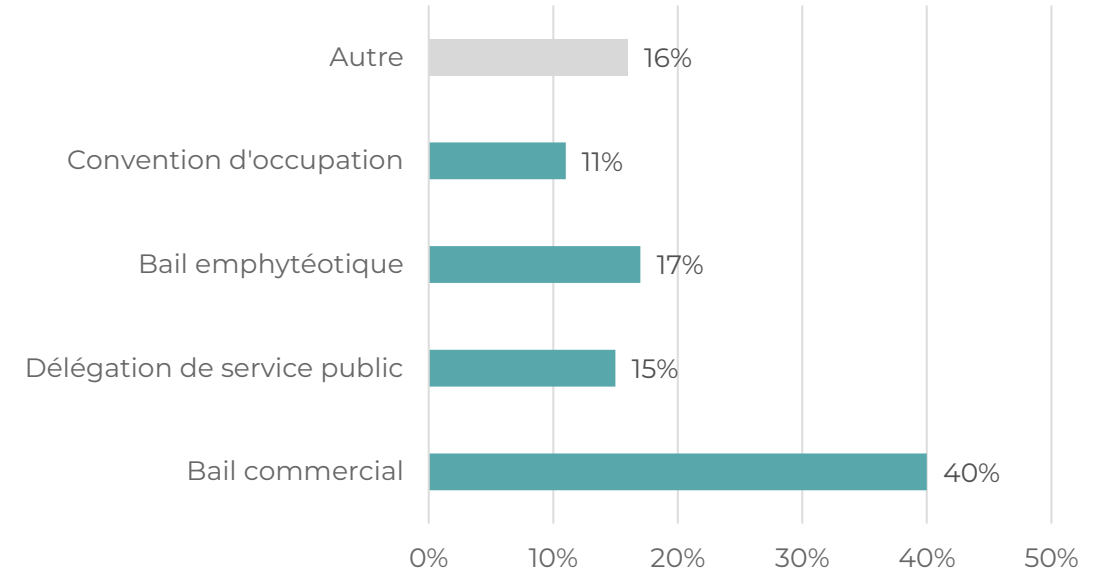
- Les opérateurs nationaux et les indépendants affiliés à des réseaux ont fréquemment recours à des équipements en délégation : ils sont rarement propriétaires de leurs murs.

Patrimoine

Type de conventionnement délégué



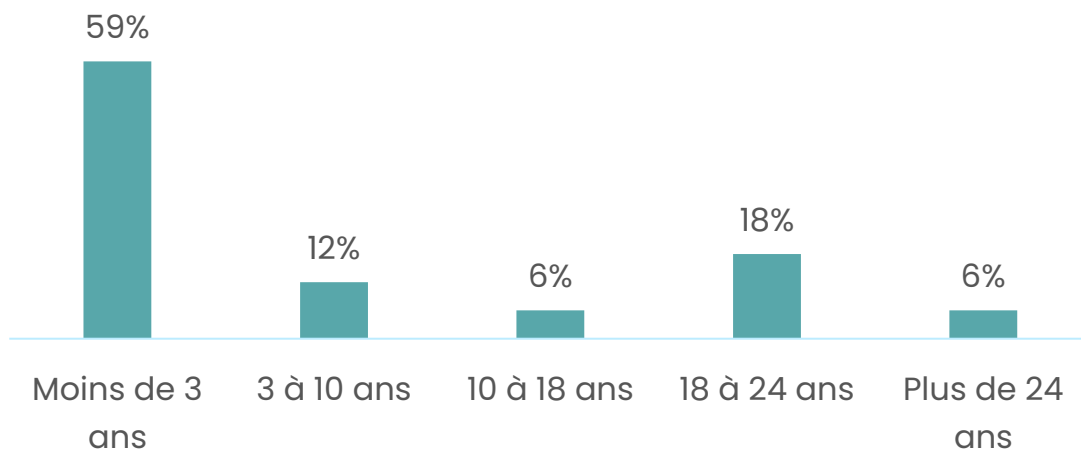
Type de conventionnement délégué
Part des lits



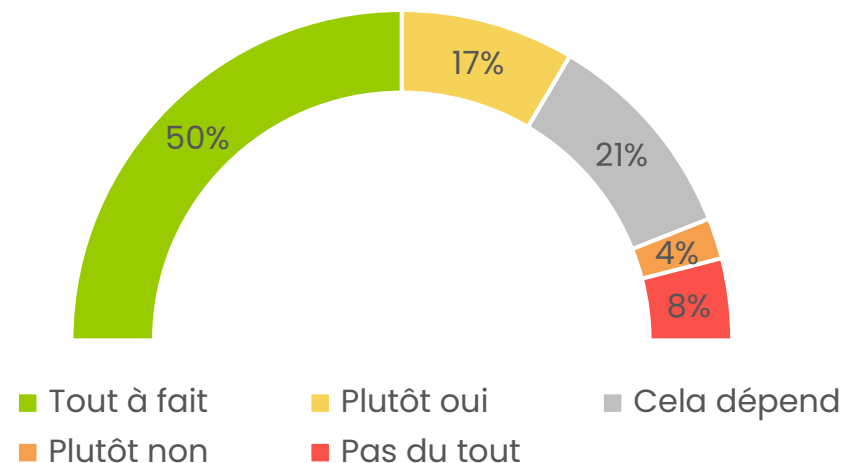
- Hors Auvergne-Rhône-Alpes, recours fréquent aux **baux emphytéotiques**, caractérisés par une durée contractuelle longue.
- En Auvergne-Rhône-Alpes, recours plus marqué aux **baux commerciaux** ou aux baux de droit commun.
- Les équipements gérés en **DSP sont significativement plus grands que la moyenne** (242 lits en moyenne).

Patrimoine (MC hors AURA)

Durée restante des conventionnements



Souhait de renouveler le contrat

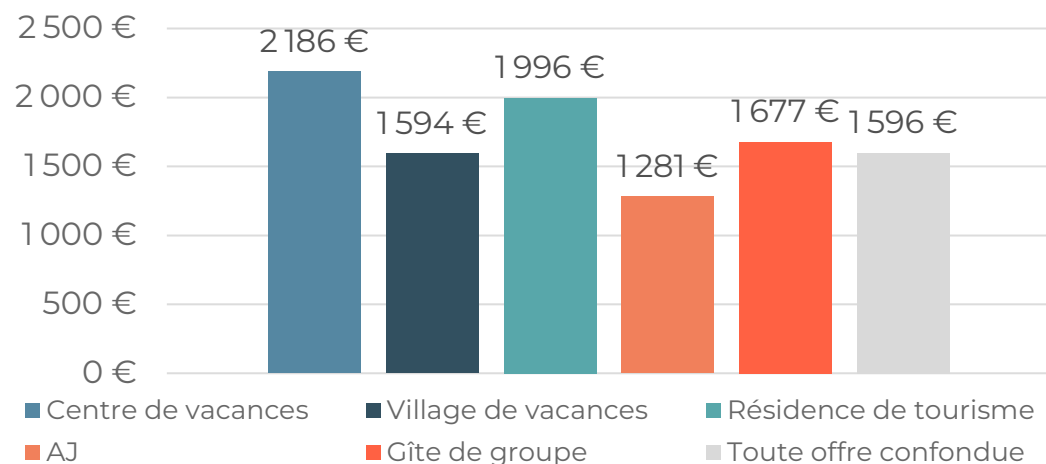


- **Un recours fréquent aux baux emphytéotiques, caractérisés par une durée de contrat structurellement longue.**
- **Pour 2 établissements sur 3, le renouvellement des contrats est imminent.**
- Un opérateur sur deux souhaite renouveler son contrat à l'échéance de la convention. **Un tiers des structures (33 %) indiquent un non-renouvellement, même si les modalités restent parfois à préciser.**
- Les **principaux freins au renouvellement tiennent à la vétusté des équipements, aux difficultés à atteindre un équilibre économique**, et à la négociation avec les collectivités propriétaires.

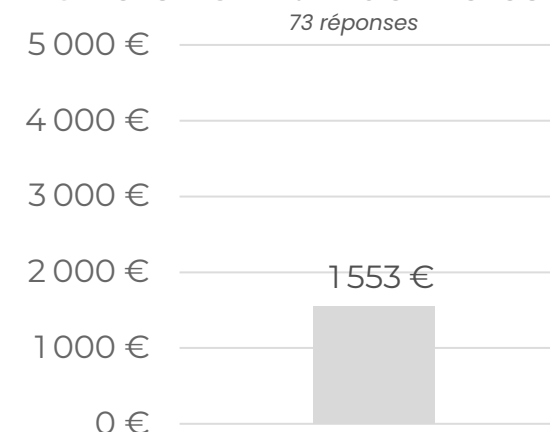
Patrimoine > Travaux réalisés

Montant d'investissement de travaux, par lit

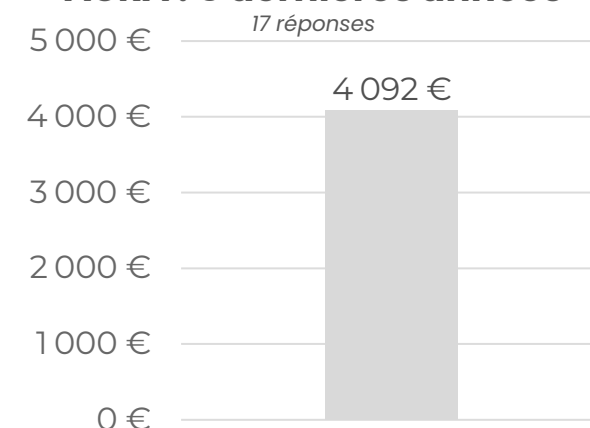
Montant HT Hors entretien, maintenance et petit renouvellement de matériel et de mobilier



MC hors AURA : 10 dernières années



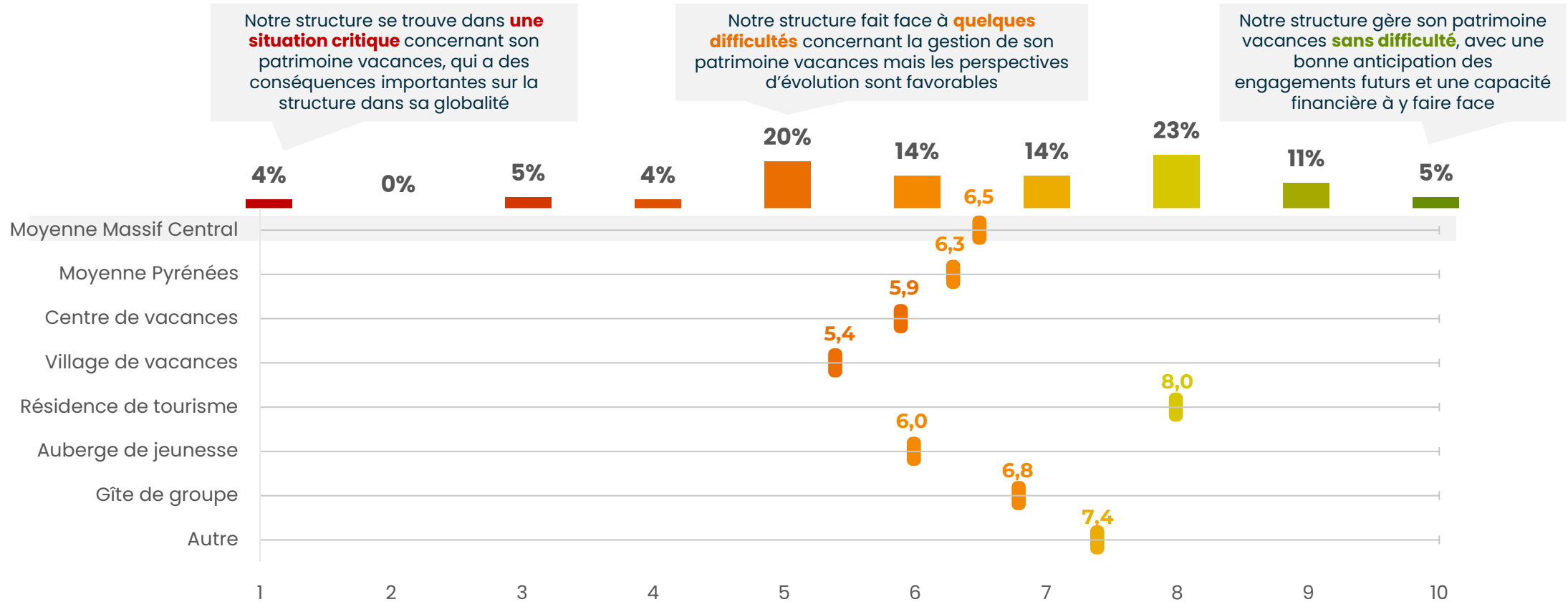
AURA : 5 dernières années



- **En moyenne, le montant dépensé en travaux est de 1.596 € HT par lit sur la zone hors AURA sur 10 ans. Soit 1.122€ / lit de moins par rapport aux Pyrénées (2.718 €). L'investissement réel de 1596 € par lit sur 10 ans est significativement inférieur à l'investissement recommandé de 5.000 à 7.000 € par lit sur la même période, selon le ratio de santé patrimoniale.**
- Sur la zone AURA, les dépenses semblent plus élevées, mais l'échantillon est trop restreint pour en tirer des conclusions solides : trois établissements ayant réalisé d'importants travaux structurels tirent la moyenne vers le haut.
- **Ce niveau d'investissement insuffisant fait courir un risque structurel aux établissements.** La faiblesse des enveloppes allouées au maintien courant et à la modernisation réduit à terme : la qualité perçue par les clientèles, la compétitivité des établissements, la conformité réglementaire et technique des équipements.
- Il est donc **indispensable que ces établissements élèvent leur niveau d'investissement**, afin d'assurer **une maintenance appropriée** et une **modernisation continue** de leurs infrastructures. Cet effort est nécessaire pour **répondre aux exigences croissantes du marché** et aux **attentes des clientèles**, dans un **environnement touristique en constante évolution**.

Patrimoine (MC hors AURA)

Capacité à soutenir son patrimoine

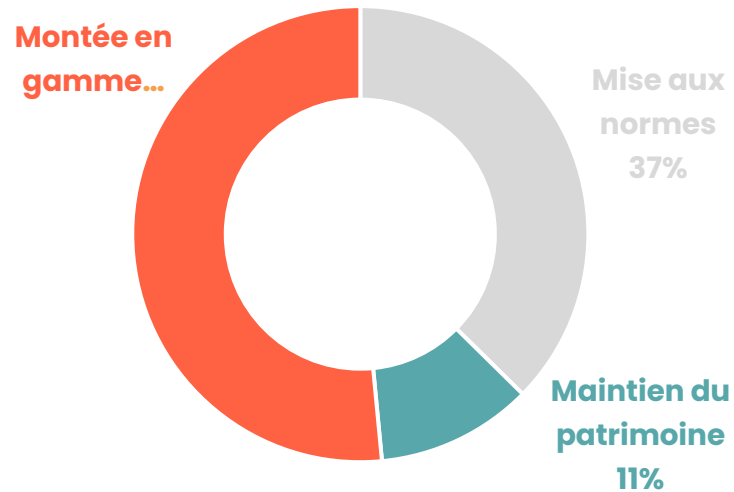


- Les groupes nationaux sont paradoxalement les plus en difficulté sur le plan patrimonial (4/10), tandis que les CSE et les collectivités (7,5 / 10) apparaissent comme les seuls modèles réellement capables de soutenir durablement leur patrimoine, indépendamment de l'appartenance à un réseau.
- La part des structures déclarant une difficulté majeure (13%) à soutenir leur patrimoine est équivalente entre le Massif Central et les Pyrénées.
- Cependant, on note de fortes disparités selon les formes et la taille d'hébergement.

Patrimoine > Travaux réalisés (MC hors AURA)

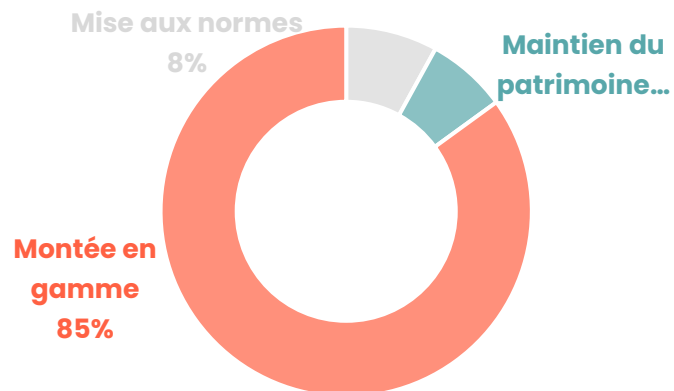
Répartition de l'investissement sur les 10 dernières années

Moyenne globale

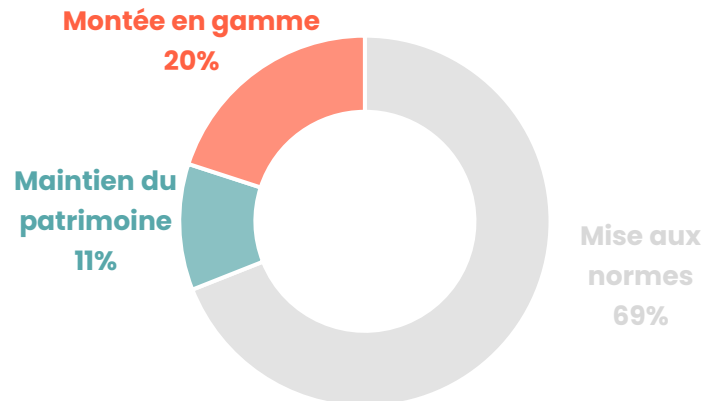


- La montée en gamme (soit l'amélioration de la qualité) au centre des préoccupations lors des 10 dernières années afin de mieux répondre aux attentes de clientèles.
- Contrairement aux établissements des Pyrénées, les villages de vacances ont peu investi dans la montée en gamme.
- Quelques centres de vacances ayant opéré une véritable montée en gamme avec des investissements structurels et importants.

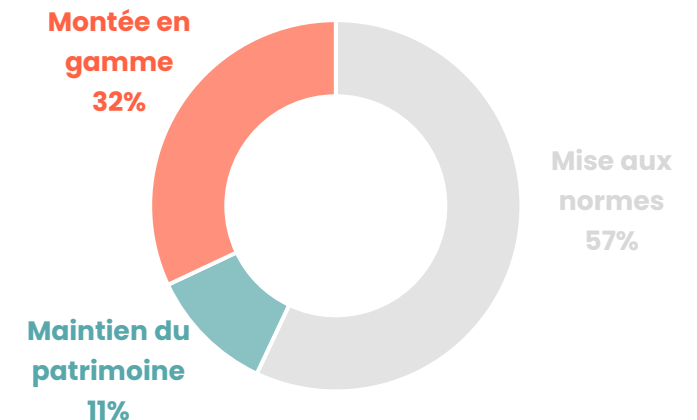
Centres de vacances



Village de vacances

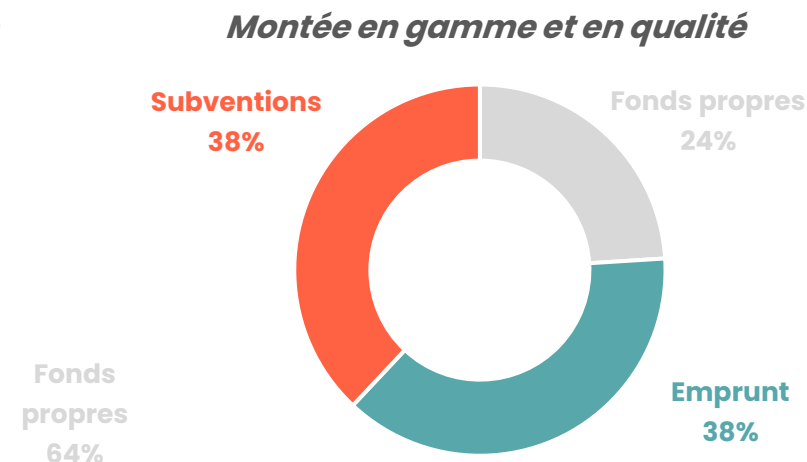
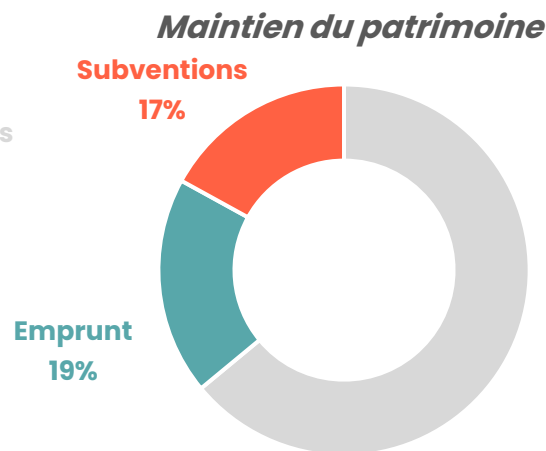
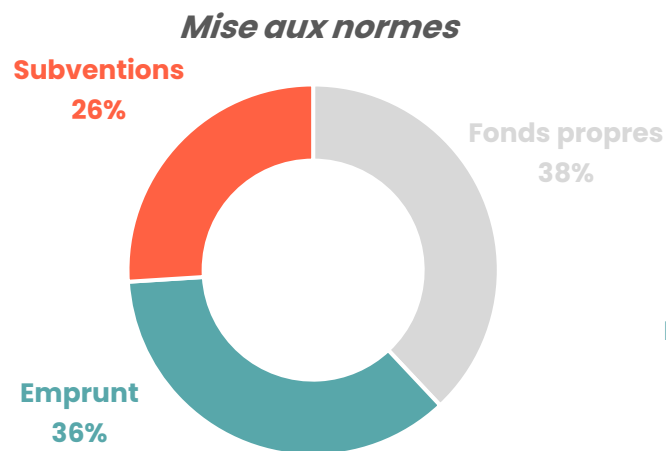


Gîte de groupe

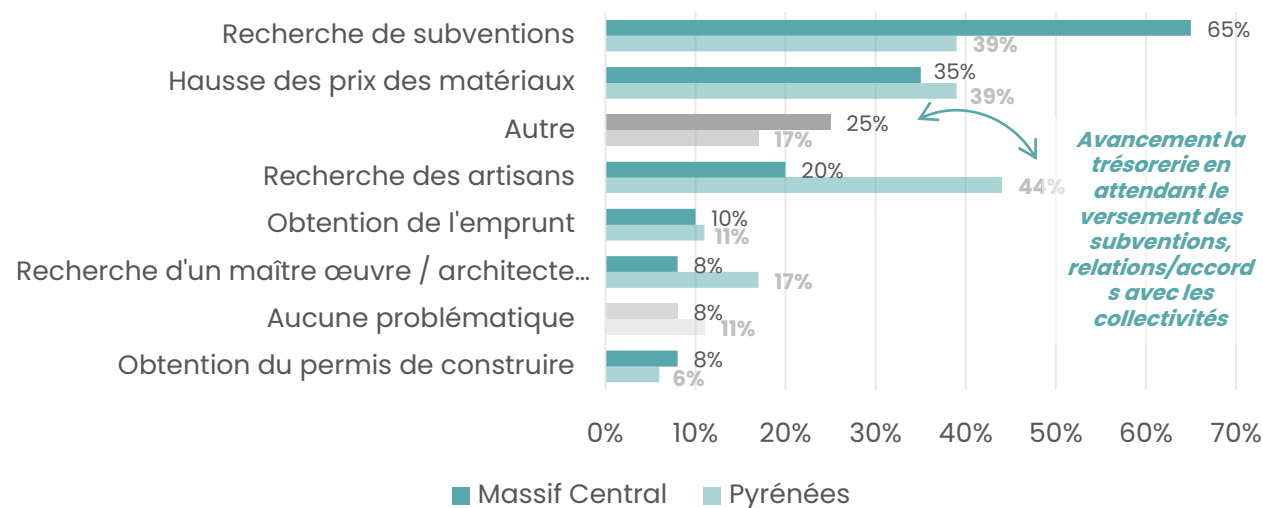


Patrimoine > Travaux réalisés (MC hors AURA)

Répartition des sources de financement pour l'ensemble des travaux réalisés



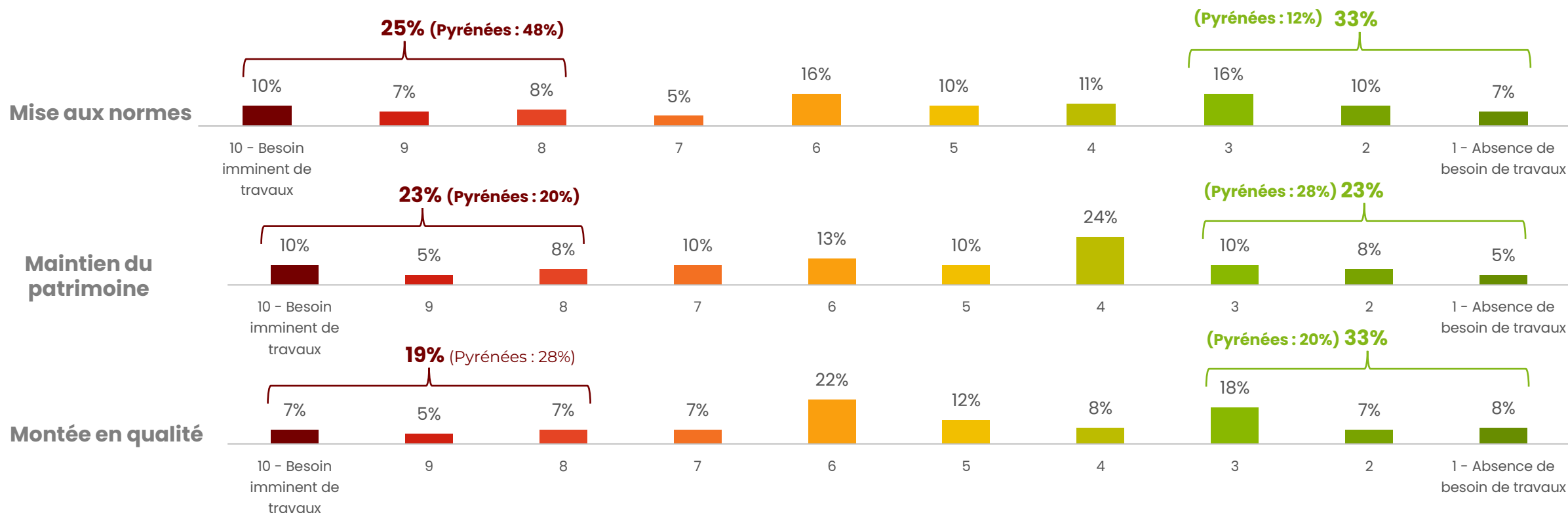
Principales difficultés rencontrées lors des travaux réalisés



- Un équilibre entre les différentes sources de financement : fonds propres (34 %), subventions (31 %) et emprunts (35 %).
- Les subventions sont principalement utilisées pour la montée en qualité.
- Les difficultés rencontrées varient selon les typologies de structures :
 - **Centres de vacances** : recherche de maître d'œuvre ou architecte spécialisé
 - **Village de vacances** : obtention de l'emprunt, accords avec les collectivités
 - **Résidences de tourisme** : recherche des artisans
 - **Gîte de groupe** : hausse des prix des matériaux

Patrimoine > Travaux futurs (MC hors AURA)

Besoins de travaux pour les 5 ans à venir



- Un équilibre entre les différentes typologies de besoins en travaux pour les cinq prochaines années.
- Des besoins jugés moins urgents que ceux exprimés par les établissements des Pyrénées.
- Les besoins en travaux sont les plus urgents pour les villages de vacances, et concernent principalement la mise aux normes.

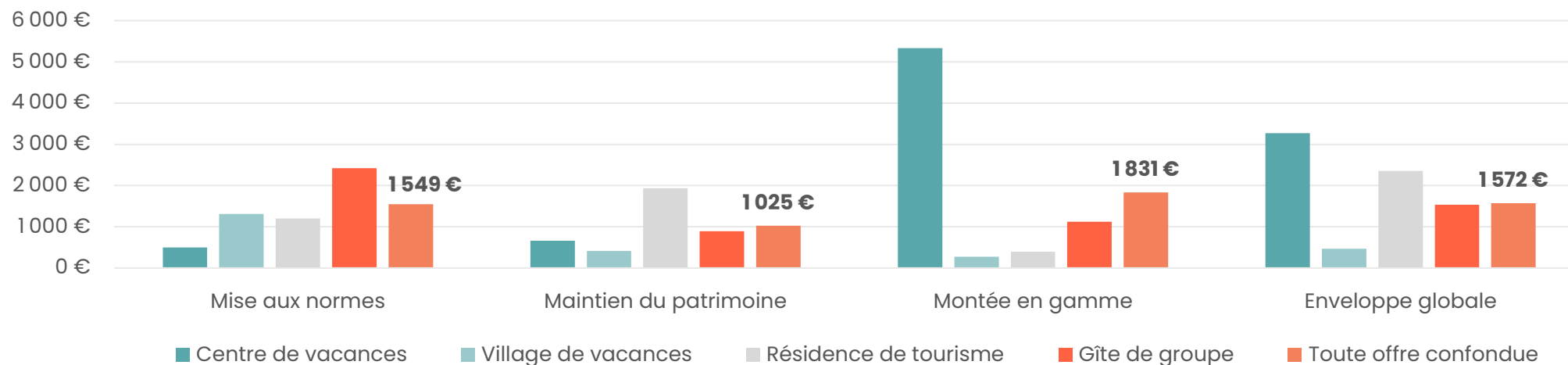
Mise aux normes : accessibilité, sécurité, transition écologique, rénovation énergétique, ...
Maintien du patrimoine : façades, toitures, structure, ...
Montée en qualité / gamme : modernisation, création de nouveaux équipements et services, ...

Patrimoine > Travaux futurs (MC hors AURA)

Montant d'investissement de travaux, par lit sur les 10 années à venir

Montant HT

Hors entretien, maintenance et petit renouvellement de matériel et de mobilier



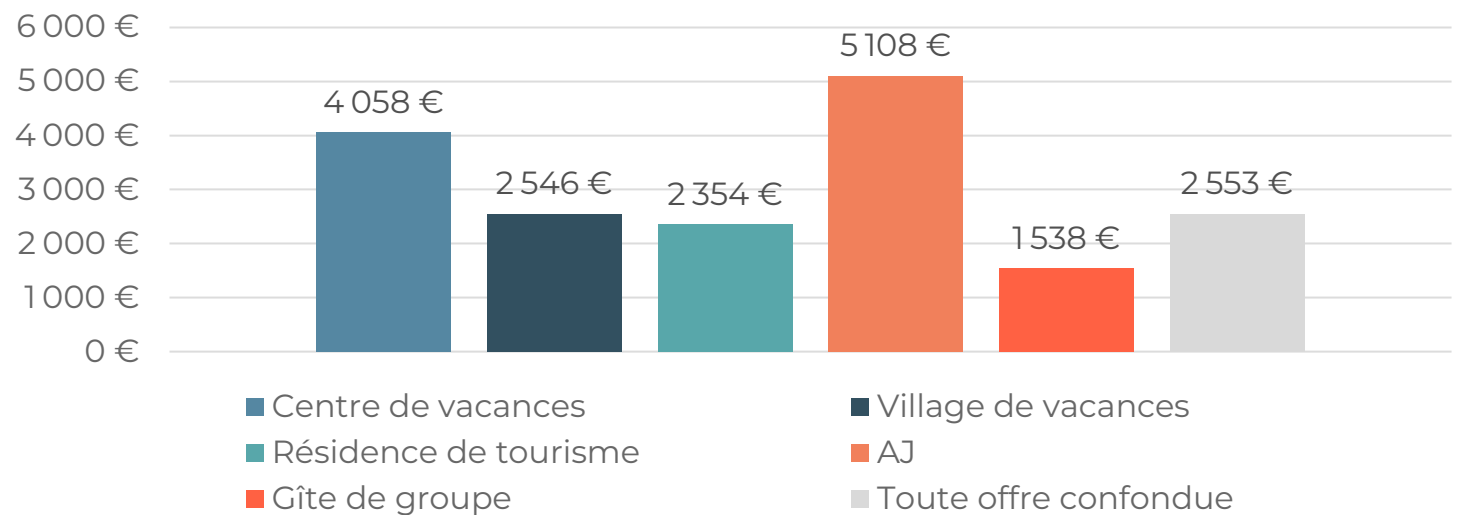
- **En moyenne, le montant projeté de travaux est de 1.572 € HT par lit, hors entretien courant. Un montant quasi équivalent à l'enveloppe des travaux réalisés.**
- Les villages de vacances misent sur la mise aux normes, tandis que les centres de vacances continuent leur montée en gamme.
- NB. On observe un montant de montée en gamme significative des centres de vacances, portée par certains opérateurs qui projettent d'importants travaux structurants afin de diversifier leurs clientèles (transformation de dortoirs en chambres quadruples avec sanitaires, rénovation des salles d'animation en salles de séminaire, etc.).

Mise aux normes : accessibilité, sécurité, transition écologique, rénovation énergétique, ...
Maintien du patrimoine : façades, toitures, structure, ...
Montée en qualité / gamme : modernisation, création de nouveaux équipements et services, ...

Patrimoine > Travaux futurs (MC AURA inclus)

Montant d'investissement de travaux, par lit sur les 5 années à venir
 Montant HT

Hors entretien, maintenance et petit renouvellement de matériel et de mobilier



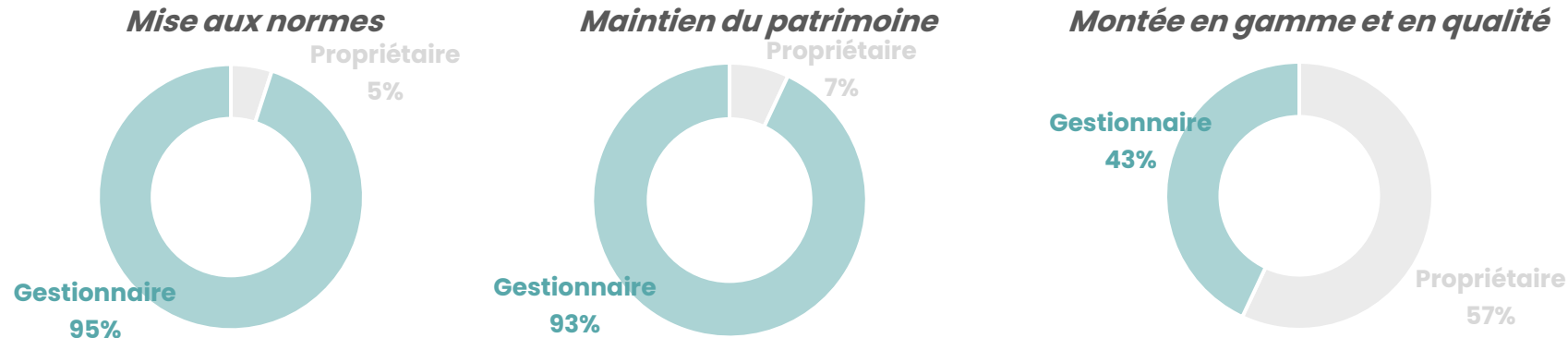
Par zone géographique



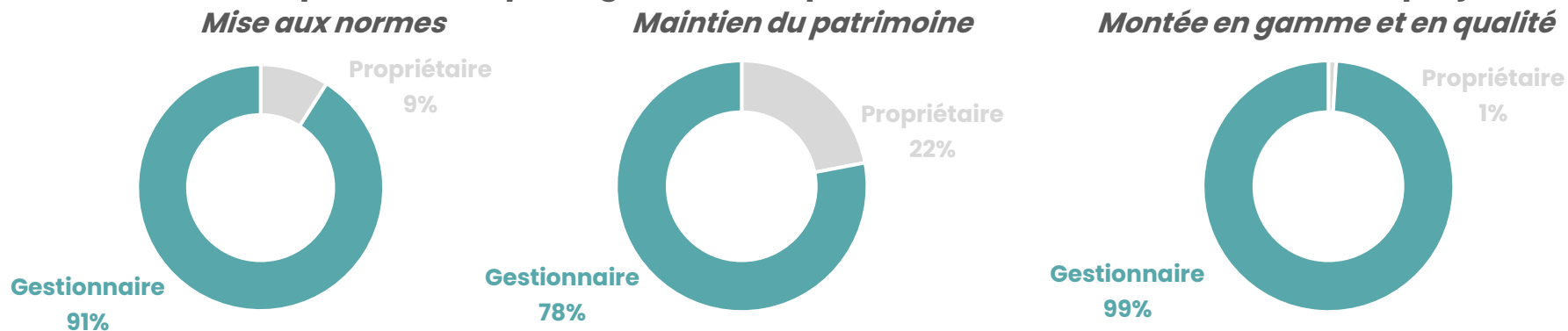
- En moyenne, le montant projeté de travaux est de 1.572 € HT par lit hors AURA, 2.553 € HT par lit AURA inclus, hors entretien courant. Un montant quasi équivalent à l'enveloppe des travaux réalisés ces 10 dernières années.

Patrimoine > Portage des travaux réalisés et futurs (MC hors AURA)

Répartition du portage financier pour l'ensemble des travaux réalisés



Répartition du portage financier pour l'ensemble des travaux futurs projetés



Type de travaux	Massif central (hors AURA)	Pyrénées (moyennes)
Mise aux normes	Cas extrêmes (0-100 % ou 100-0 %)	65 % Collectivité / 35 % Gestionnaire
Maintenance	Beaucoup de 0 % côté collectivité	75 % Collectivité / 25 % Gestionnaire
Montée en gamme	Souvent 100 % gestionnaire (ou rien)	70 % Collectivité / 30 % Gestionnaire

- Pour les établissements sous gérance, en moyenne, l'investissement a été supporté à 6 % par le propriétaire et à 94 % par le gestionnaire : une hétérogénéité dans la répartition des financements contrairement aux Pyrénées.
- Une part des différences observées avec les Pyrénées s'explique par un recours plus important aux baux emphytéotiques.
- **Les collectivités du Massif central semblent plus souvent en retrait**, laissant une plus grande part (ou la totalité) au gestionnaire : une importance du tourisme moins forte ? Des ressources budgétaires plus faibles ?

Patrimoine > Travaux futurs (MC hors AURA)

Répartition des sources de financements pour l'ensemble des travaux futurs

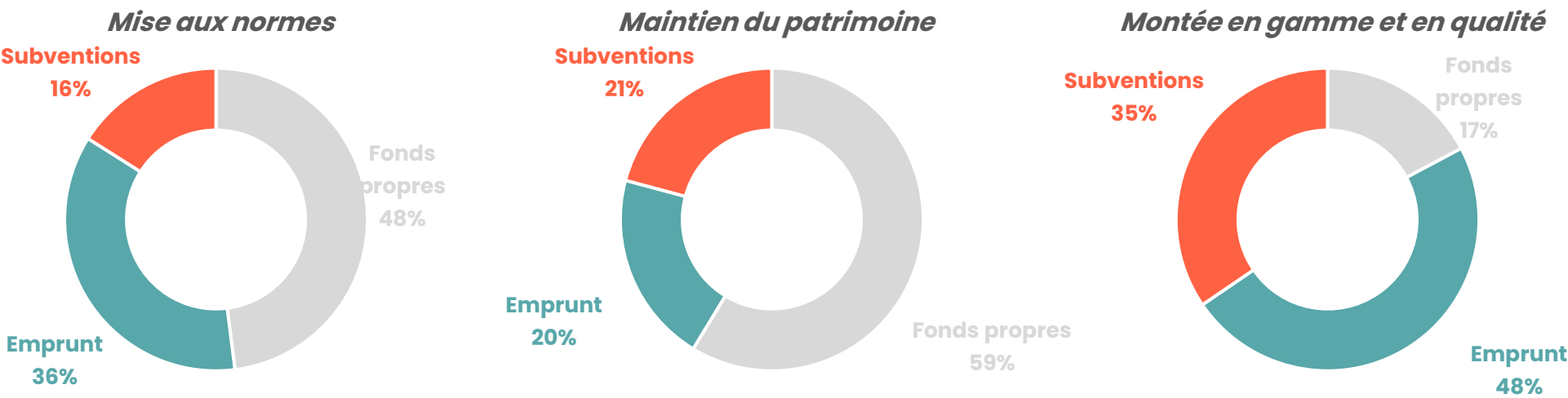


Tableau récapitulatif d'évolution :

Évolution en nombre de points par rapport aux sources de financement des travaux sur les 10 dernières années

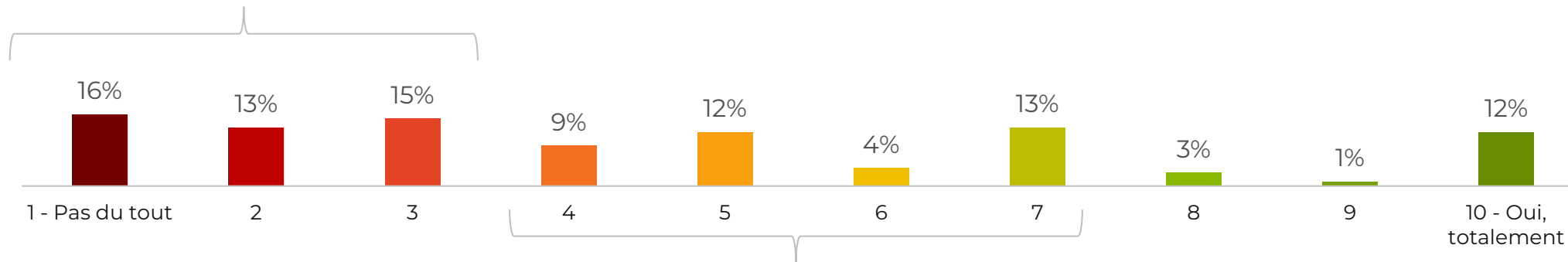
	Subvention	Fonds propres	Emprunt
Mise aux normes	16% (-10 pts)	48% (+10 pts)	36% (=)
Maintien du patrimoine	21% (+4 pts)	59% (-5 pts)	20% (+ 1 pts)
Montée en gamme et en qualité	35% (-3 pts)	17% (-7 pts)	48% (+10 pts)
Tous travaux confondus	28% (-3 pts)	31% (-3 pts)	41% (+6 pts)

- Un recours à l'emprunt de plus en plus important, en l'absence de subventions suffisantes et face à une diminution des fonds propres.
- Pour la mise aux normes, on observe une forte baisse du recours aux subventions et une nécessité de financement par fonds propres.
- Pour le maintien du patrimoine, l'utilisation des subventions compense la baisse des fonds propres.
- Pour la montée en gamme, on observe un recours accru à l'emprunt.

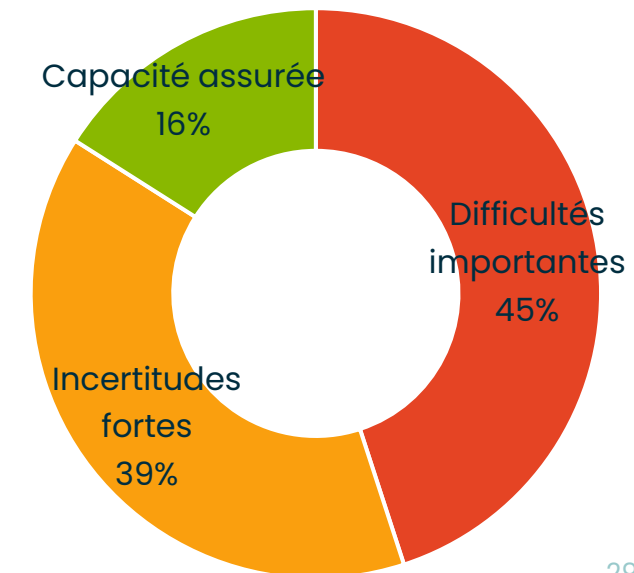
Patrimoine > Travaux futurs

Capacité à assurer le portage financier des investissements projetés

Difficultés importantes
45% des opérateurs



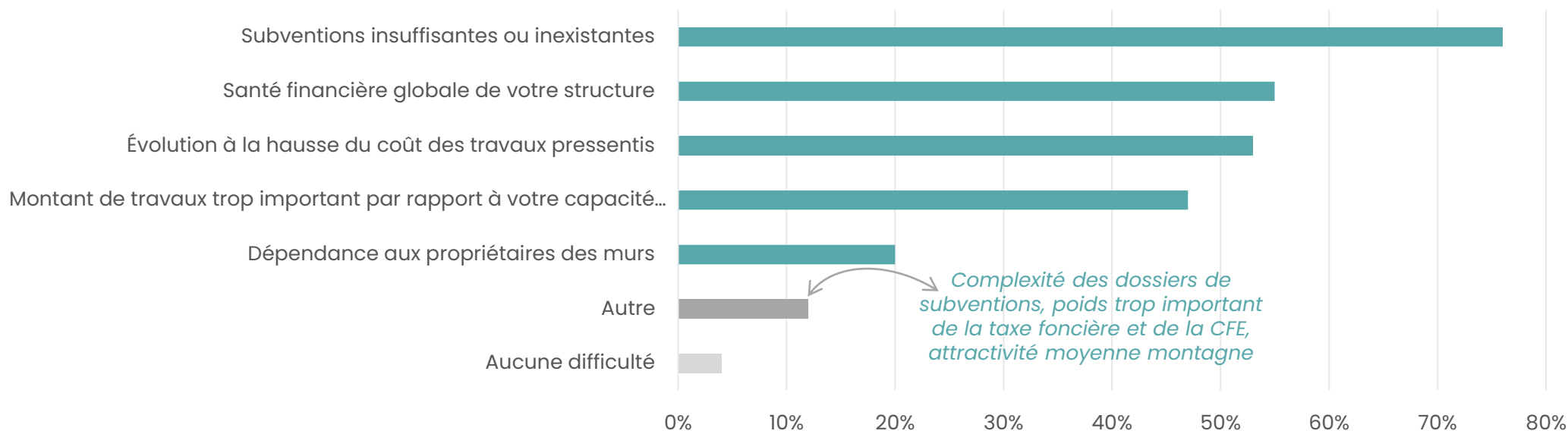
Incertitudes sur le portage financier :
39% des opérateurs



- **Près de 4 opérateurs sur 5 rencontrent des difficultés ou des incertitudes dans le financement de leurs investissements.**
- 45 % des opérateurs déclarent rencontrer des difficultés importantes pour financer les investissements prévus.
- Les exploitants de centres de vacances apparaissent comme les plus préoccupés par leur capacité de financement.
- La taille des établissements n'influence pas la capacité de financement.

Patrimoine > Travaux futurs (MC hors AURA)

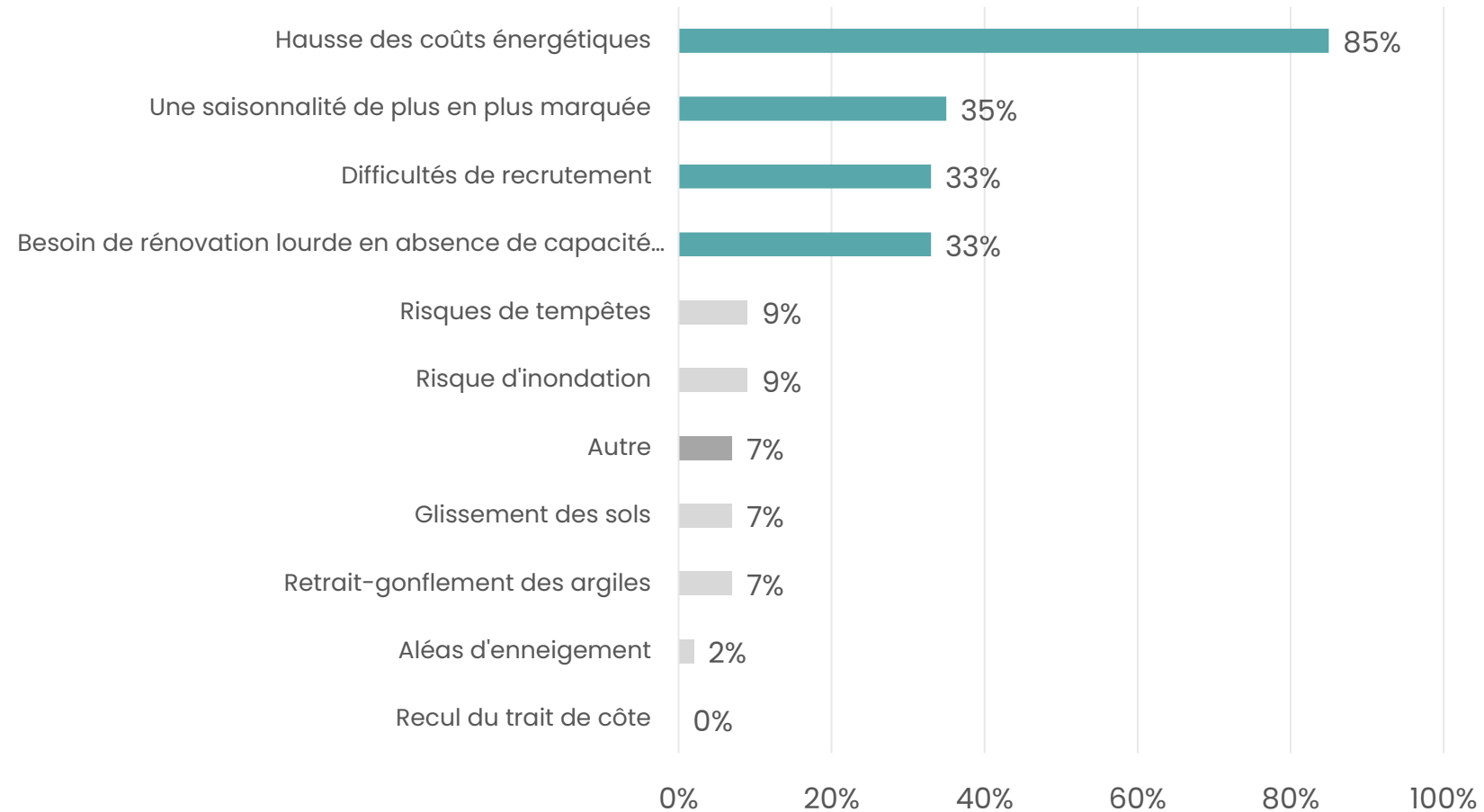
Principales difficultés à surmonter pour finaliser le plan de financement des travaux futurs



- **Près de 1 opérateur sur 2 s'inquiète sur sa capacité à assurer le financement des travaux.**
- 17 % des opérateurs déclarent rencontrer des difficultés importantes pour financer les investissements prévus, soit 9 points de plus que les opérateurs situés dans les Pyrénées.
- Les centres de vacances sont les plus inquiètes quant à leur capacité de financement.
- La taille des établissements n'influence pas la capacité de financement.

Patrimoine › Aléas et risques (MC hors AURA)

Identifiez-vous des risques et des menaces qui pèsent sur votre structure ?



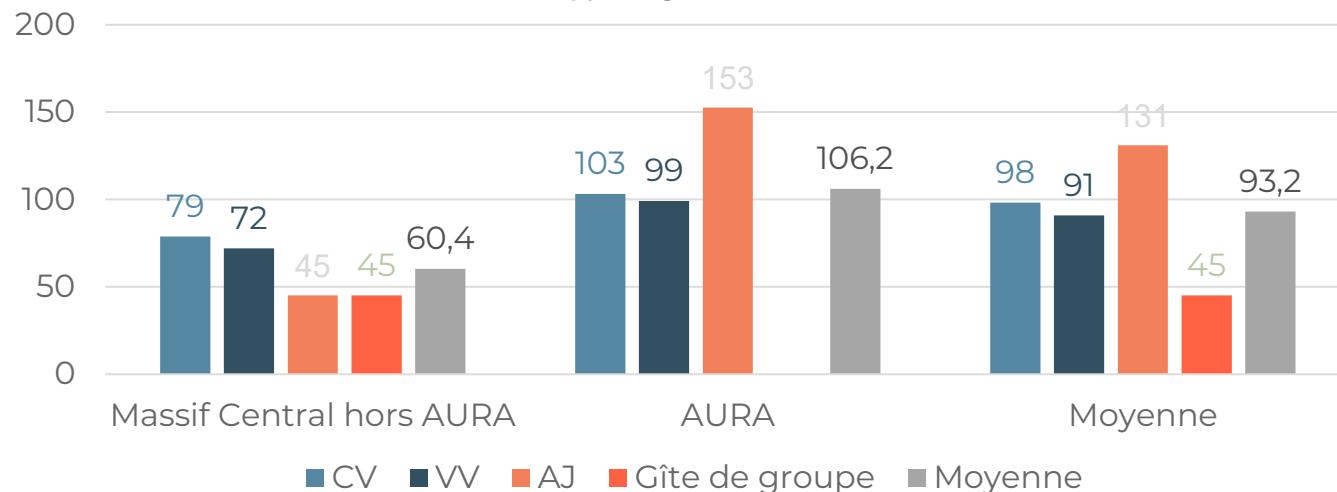


2. Etat des lieux Clientèles

Fréquentation & Clientèles

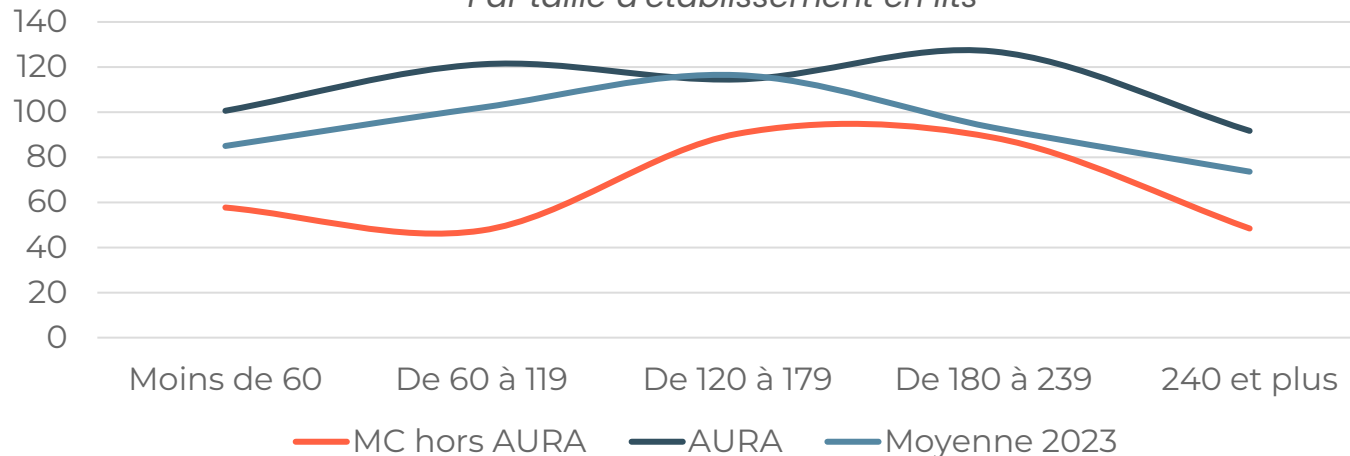
Nombre de journées vacances/lit réalisées en 2023

Par typologie d'établissement

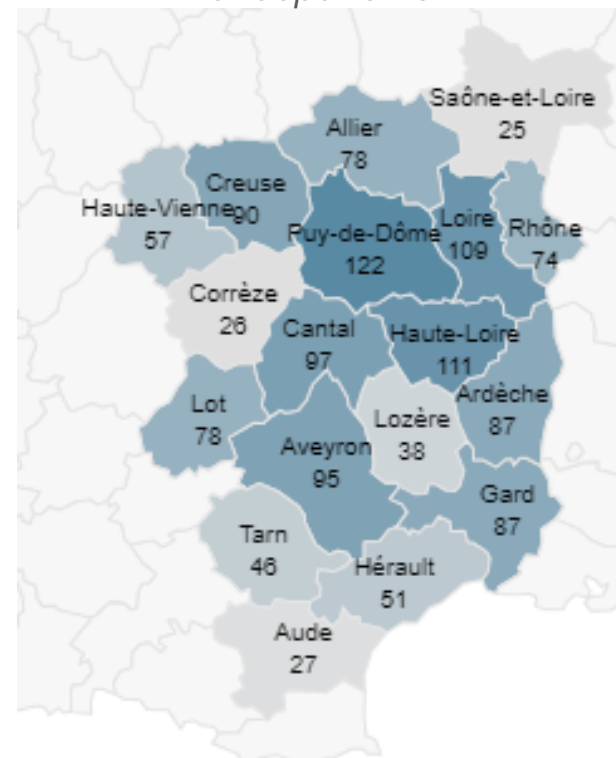


Nombre de journées vacances réalisées en 2023

Par taille d'établissement en lits



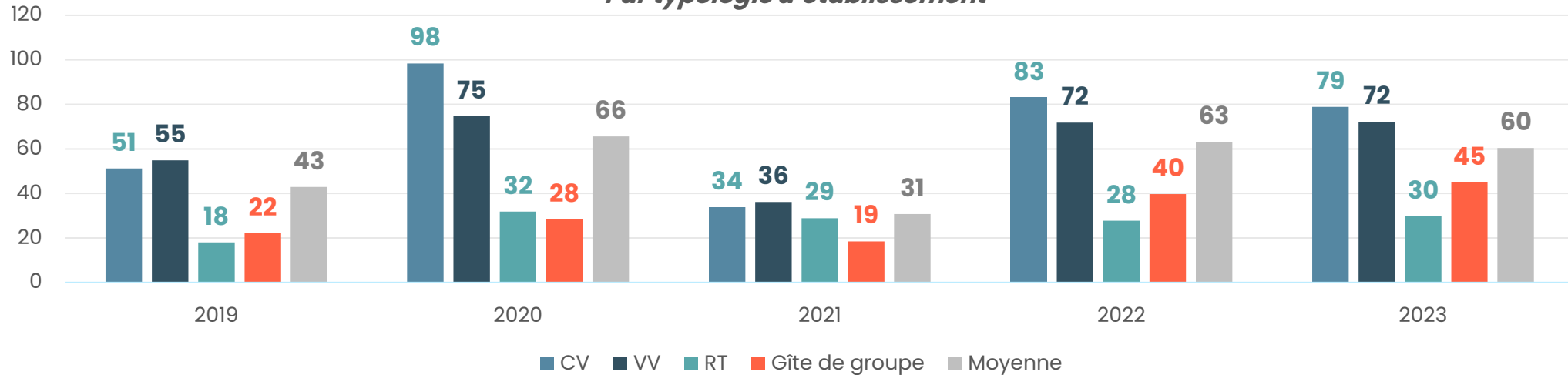
Par département



- Des établissements de taille intermédiaire (120 à 180 lits) affichent le meilleur remplissage : un bon rapport entre territoire d'implantation, moyens de commercialisation et capacité d'accueil.
- Une très forte dynamique sur le Puy-de-Dôme, la Haute-Loire et la Loire.

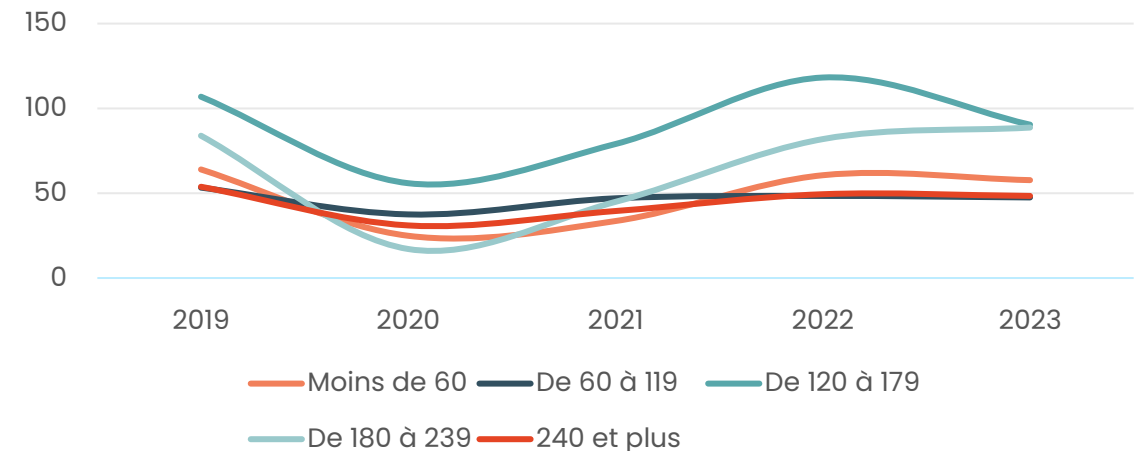
Fréquentation & Clientèles (MC hors AURA)

Nombre de journées vacances réalisées
Par typologie d'établissement



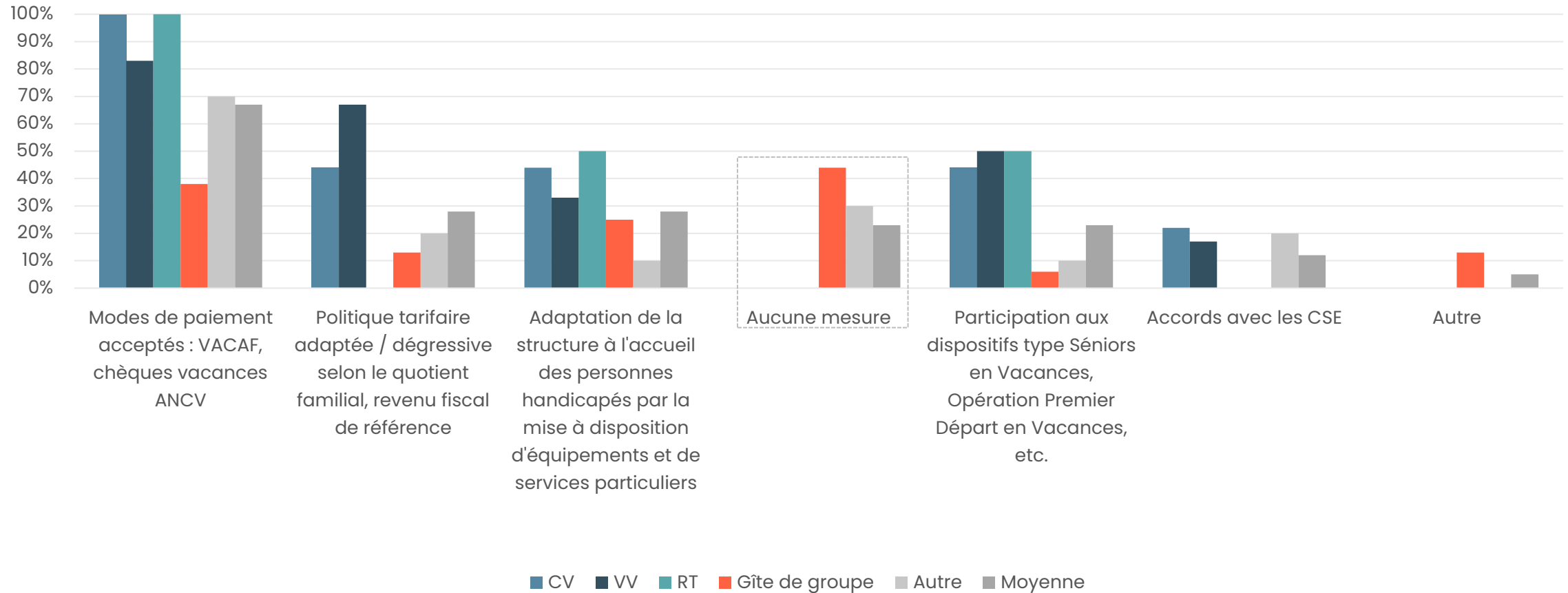
- Un déclin marqué de la fréquentation lors de la crise COVID, notamment en 2021.
- L'année 2022 marque un tournant positif, avec une tendance forte à la reprise et une stabilisation observée en 2023.
- Des établissements de taille intermédiaire (120 à 180 lits) assureront le meilleur remplissage : le bon rapport entre territoire d'implantation, moyens de commercialisation et capacité d'accueil.
- En moyenne, chaque lit enregistre 10 journées de vacances de moins que dans les Pyrénées.

Nombre de journées vacances réalisées
Par taille d'établissement en lits



Fréquentation & Clientèles (MC hors AURA)

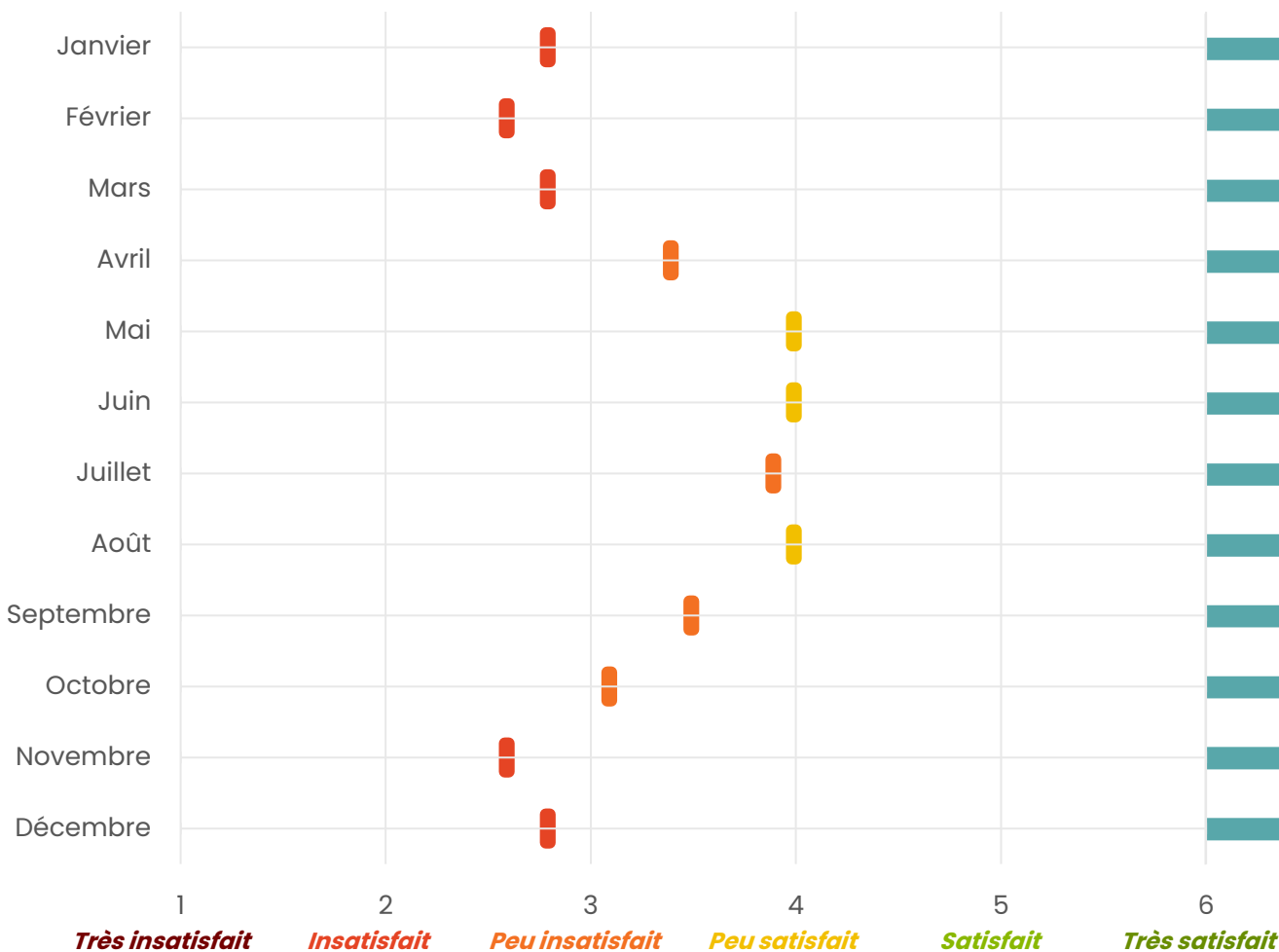
Mesures prises permettant aux populations fragiles de partir en vacances



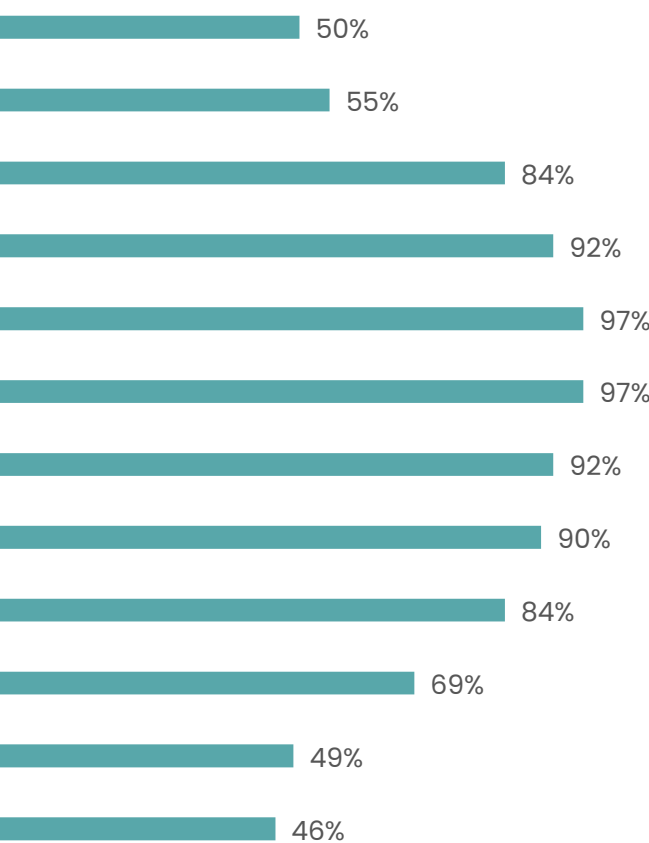
- Les centres et villages de vacances les plus engagés dans un tourisme pour tous.

Fréquentation & Clientèles (MC hors AURA)

Satisfaction de la fréquentation par période



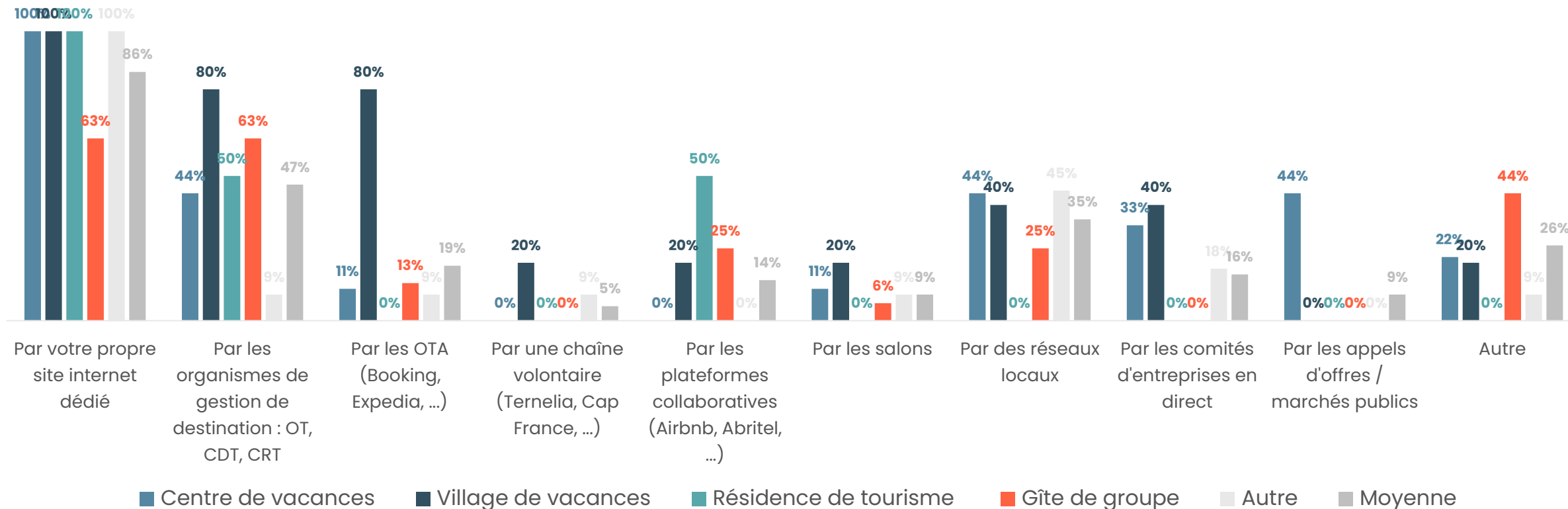
Part d'hébergement ouvert par mois
Toutes typologies d'hébergements confondues



- Un niveau de satisfaction faible de la fréquentation, même pour la période estivale.

Fréquentation & clientèles > Canaux de commercialisation (MC hors AURA)

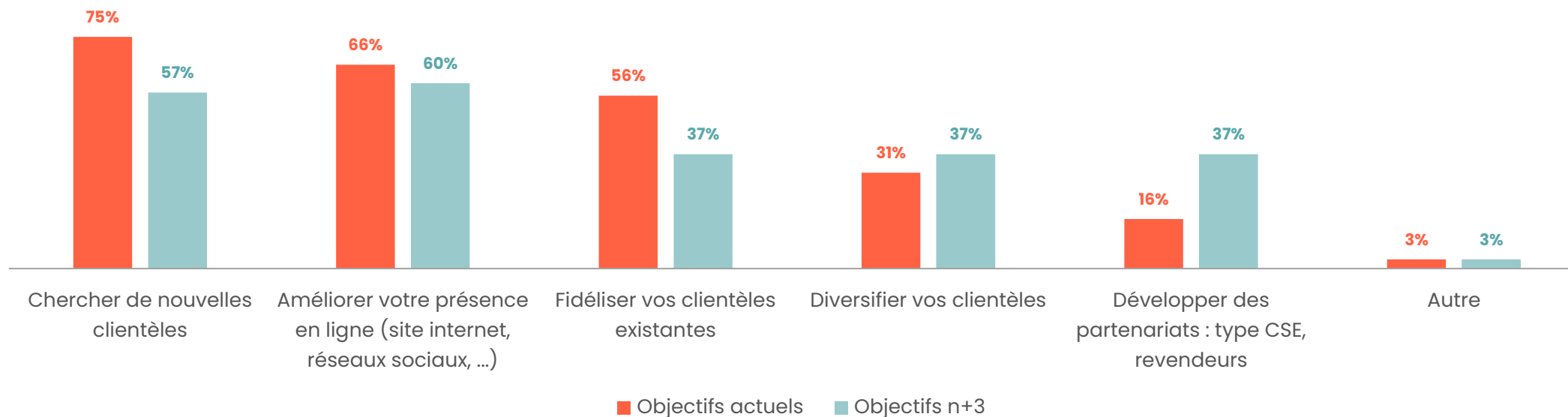
Canaux de commercialisation



- Une diversification importante des canaux selon les typologies d'hébergement.
- Seuls les villages de vacances font recours aux OTA
- Les gîtes de groupes, notamment propriété de collectivités, les moins professionnels dans leur commercialisation.

Fréquentation & clientèles › Canaux de commercialisation (MC hors AURA)

Les objectifs du plan de commercialisation aujourd'hui et demain



- **La stratégie de commercialisation évolue : la priorité sera désormais donnée à la conquête de nouvelles clientèles, reléguant au second plan la diversification et la création de partenariats.**
- Par ailleurs, les centres de vacances concentrent leurs efforts sur le renforcement de leur visibilité en ligne et la diversification de leur offre.
- De leur côté, les opérateurs nationaux privilégient le développement de partenariats externes afin d'optimiser le taux de remplissage de leurs établissements.

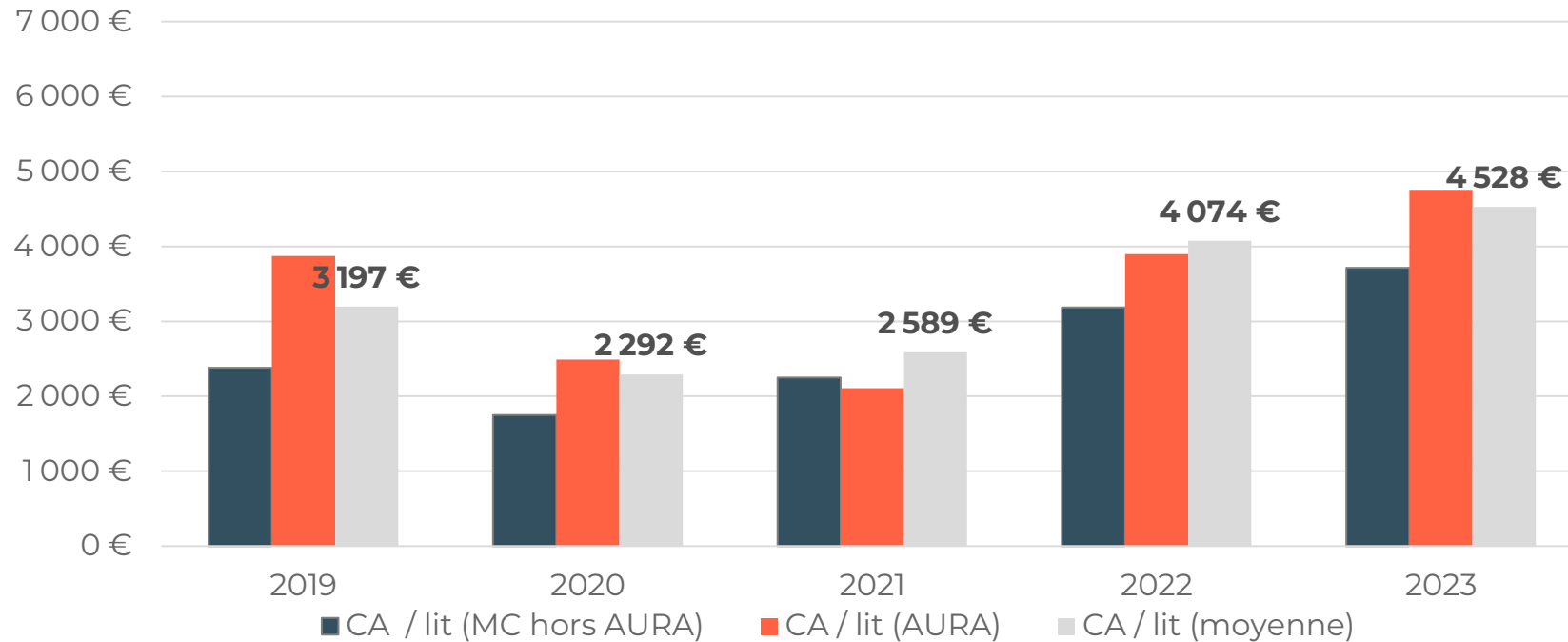


2. Etat des lieux

Modèle économique

Modèle économique

Chiffre d'affaires par lit et par nbr de journées vacances

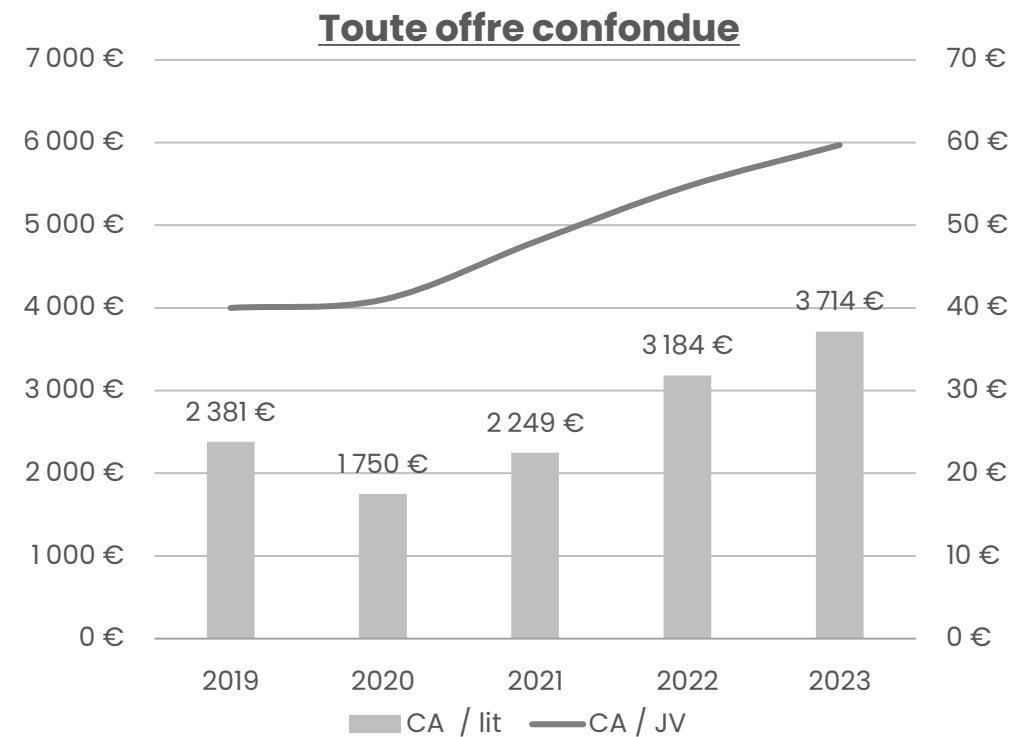
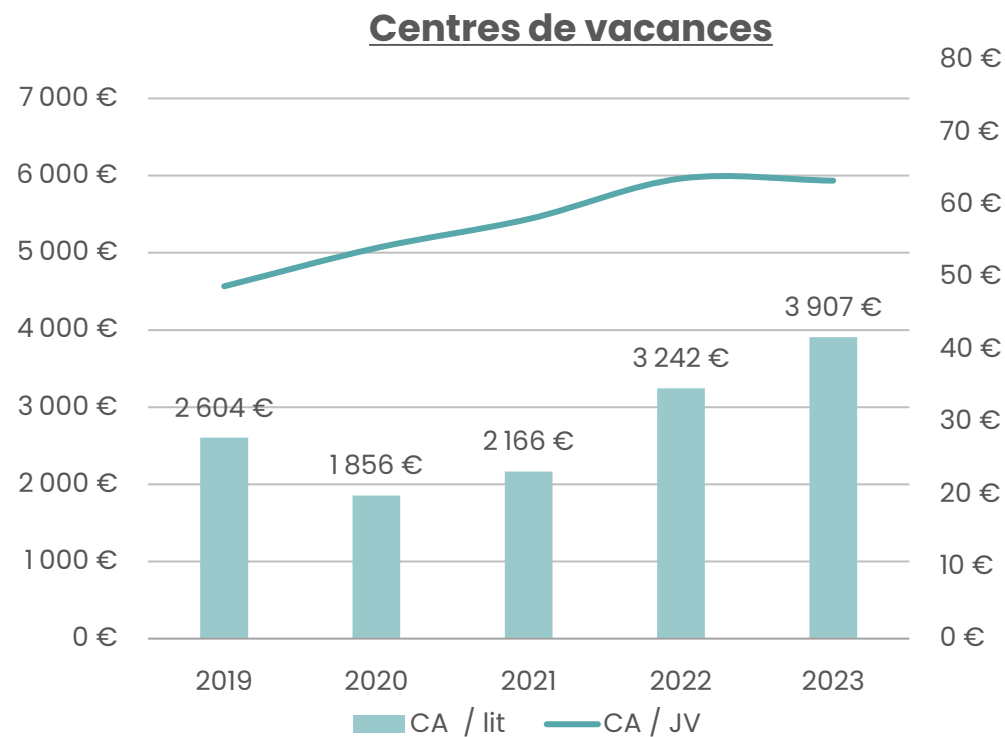


- Les établissements retrouvent leur niveau d'activité d'avant-COVID, avec une stabilisation du chiffre d'affaires en 2023.
- Le Puy-de-Dôme apparaît comme le département le plus dynamique.
- L'Aveyron connaît un recul marqué en 2023, après deux très bonnes années en 2021 et 2022.

Un modèle économique malgré tout fragile pour l'intégralité de la filière

Modèle économique > Recette (MC hors AURA)

Chiffre d'affaires par lit et par nbr de journées vacances

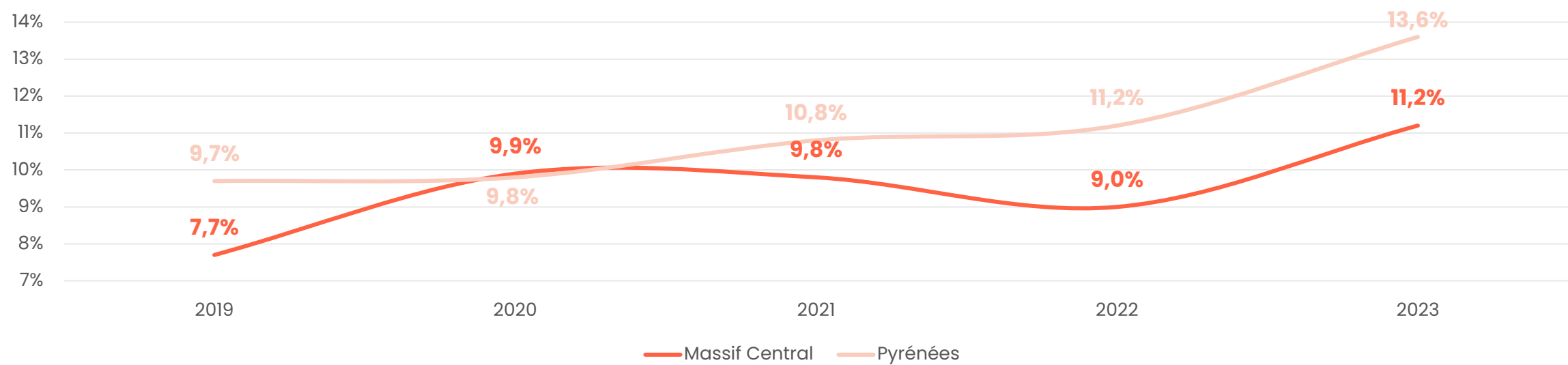


- Les établissements retrouvent leur niveau d'activité avant COVID, avec une stabilisation du CA en 2023.
- Centres de vacances** : le chiffre d'affaires par lit (+860 € / lit) et par journée vacances (+ 10 € / JV) reste supérieur aux performances observées dans les Pyrénées, malgré un nombre moyen de journées vacances réalisées inférieur (-10 JV/lit en moyenne).
- Absence de données sur les VV affecte les moyennes globales "toute offre confondue", ce qui tire probablement les ratios vers le bas.

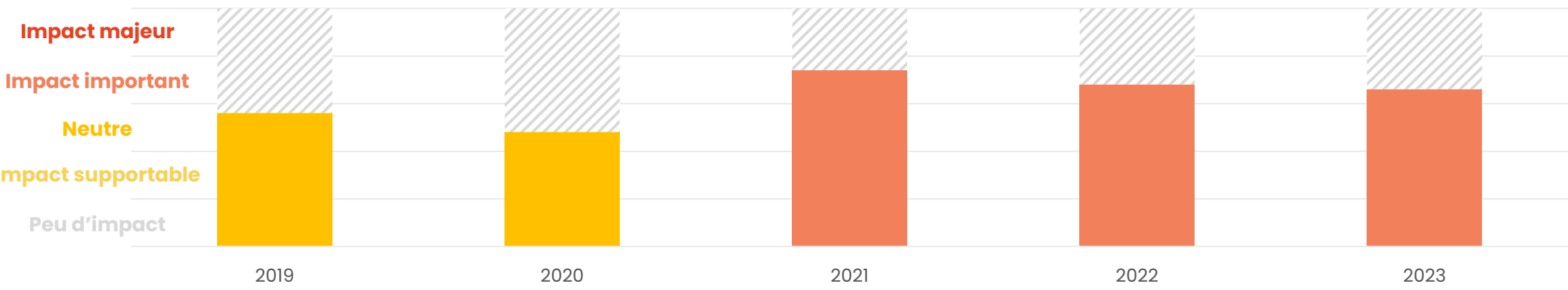
Un modèle économique malgré tout fragile pour l'intégralité de la filière

Modèle économique > Charges de fonctionnement (MC hors AURA)

Les coûts d'énergie et de fluides (gaz, électricité, eau)

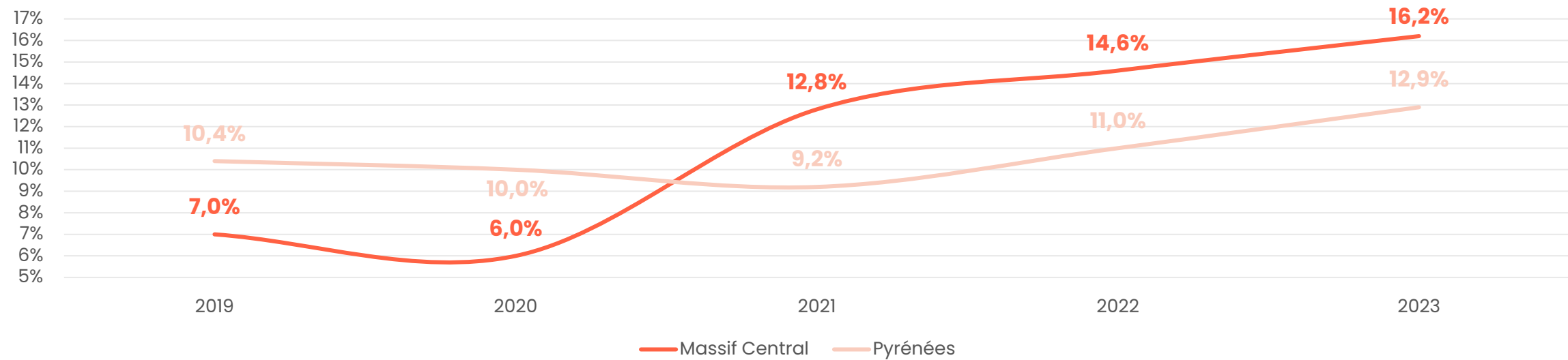


Poids sur l'activité

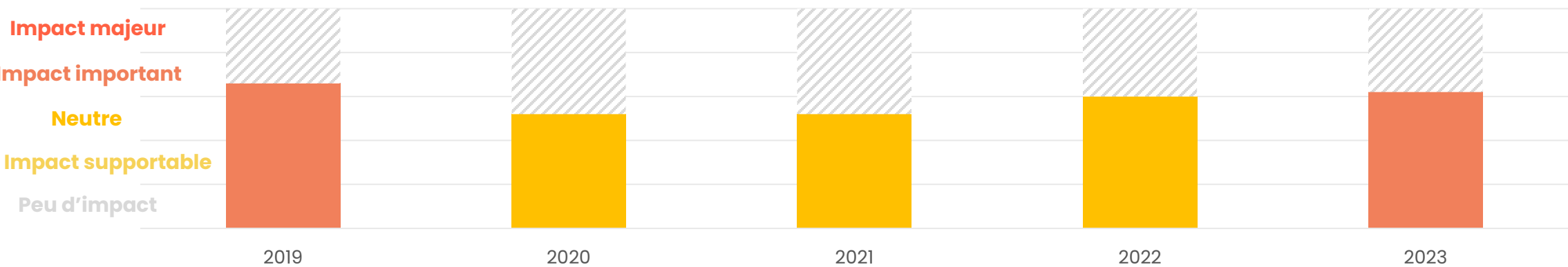


Modèle économique > Charges de fonctionnement (MC hors AURA)

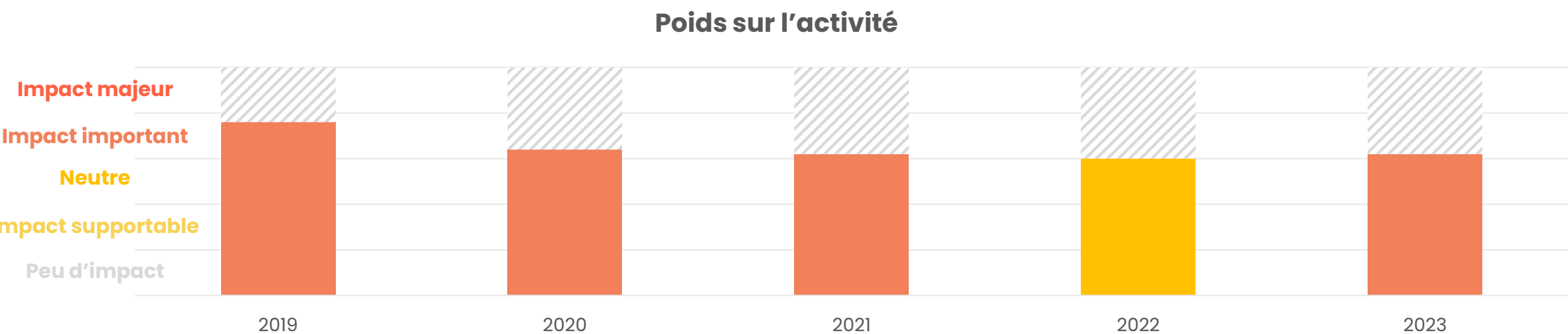
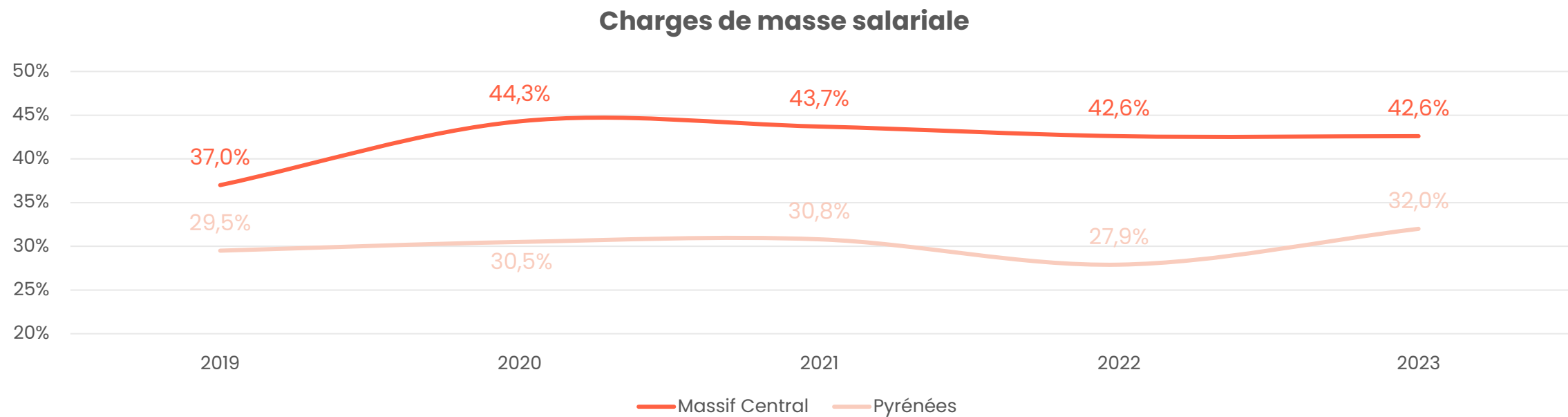
Les coûts de matières premières



Poids sur l'activité



Modèle économique > Charges de fonctionnement (MC hors AURA)





3. Impact de la filière TSS

Impact de la filière

Les **retombées directes** : une filière générant **62 M€ et 1 350 emplois** sur le Massif central.

Indicateur	Hors AURA	AURA	Total Massif central
Chiffre d'affaires	55 M€	58 M€	113 M€
Valeur ajoutée des établissements	25 M€	26 M€	50 M€
Valeur ajoutée locale (-20 km)	14 M€	15 M€	29 M€
Masse salariale	24 M€	25 M€	49 M€
Emplois directs (ETP)	660	690	1 350

- Le chiffre d'affaires correspond à l'ensemble des revenus générés par les hébergements et activités du TSS (source : enquête).
- La valeur ajoutée représente la richesse réellement créée par les établissements ($\approx 45\%$ du CA, source INSEE).
- Une grande partie de cette richesse reste sur place : 58% dans un rayon de 20 km*.
- 43% du chiffre d'affaires revient sous forme de salaires, ce qui témoigne du rôle social du TSS (source : enquête)

Impact de la filière

Les **retombées indirectes** : une filière générant **61 M€ de valeur ajoutée et 660 emplois** sur le Massif central.

Indicateur	Hors AURA	AURA	Total Massif central
Valeur ajoutée indirecte	30 M€	31 M€	61 M€
Emplois indirects (ETP)	320	340	660

- Ces retombées proviennent des dépenses réalisées par les vacanciers dans les commerces, restaurants, activités ou services du territoire, en dehors des établissements du TSS.
- Les dépenses du séjour à l'extérieur de l'hébergement ont été évaluées à 1,2 fois les dépenses à l'intérieur de l'établissement : ce taux est plus faible que dans le tourisme marchand classique, car le TSS fonctionne souvent en prestations complètes (hébergement, restauration, activités incluses) et accueille des publics aux budgets plus modestes.
- Ces flux économiques soutiennent directement les commerces, artisans et prestataires locaux.

Impact de la filière

Les **retombées induites** : un effet multiplicateur qui renforce l'économie locale

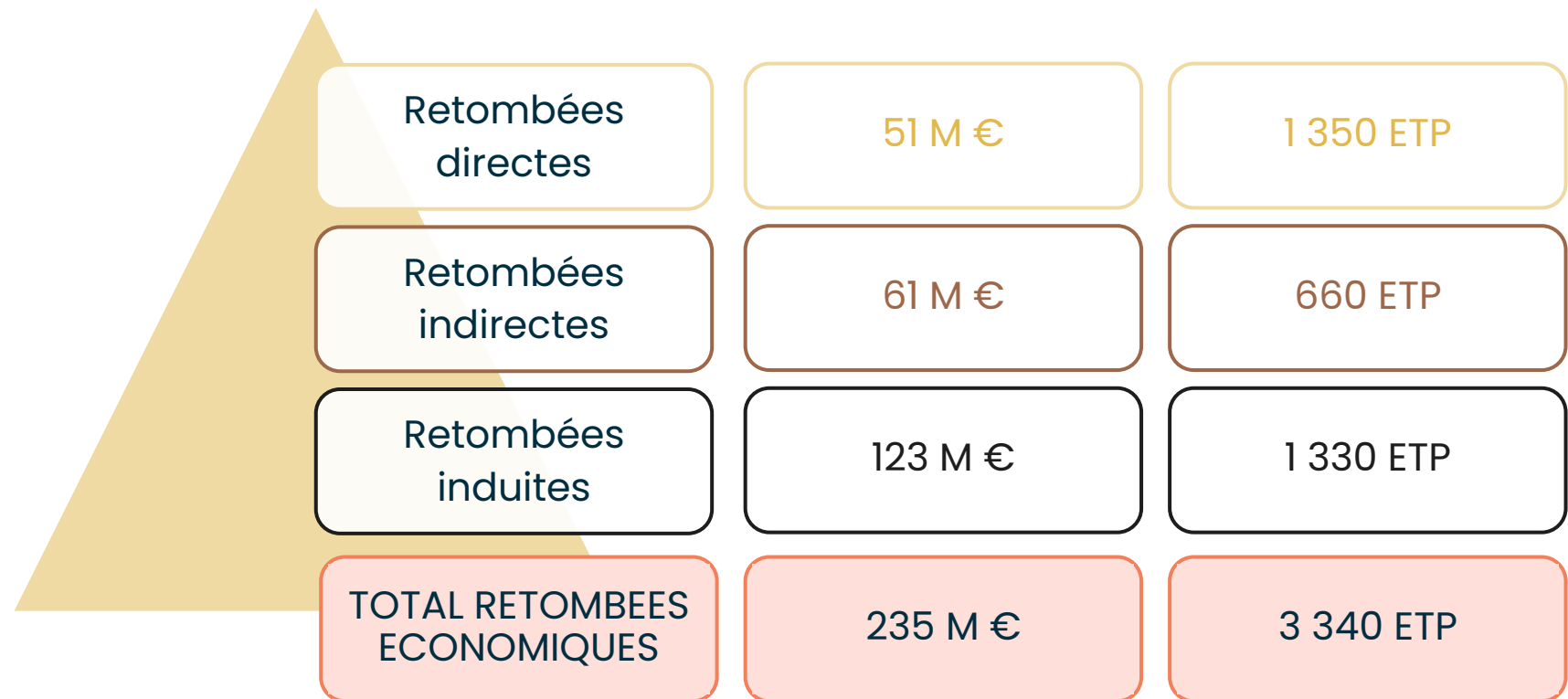
Indicateur	Hors AURA	AURA	Total Massif central
Retombées induites (coefficient 1,1)	60 M€	63 M€	123 M€
Emplois induits (ETP)	650	680	1 330

- Les retombées induites correspondent à l'argent réinjecté dans l'économie locale par les salariés, fournisseurs et acteurs du tourisme (logement, alimentation, services, artisans...).
- On estime qu'un euro généré par un établissement du TSS crée en moyenne 1,1 € supplémentaire dans l'économie locale. (Ce ratio est plus faible qu'en zones urbaines ou littorales, où il atteint 1,4 à 1,6.)*

Impact de la filière

Le TSS soutient une économie circulaire locale :

- 235 M€ de retombées économiques
- Plus de 3 340 emplois soutenus
- Un modèle qui favorise la cohésion sociale et la vitalité des zones rurales.





4. Prise en compte des territoires

Synthèse des organismes et personnes interrogées

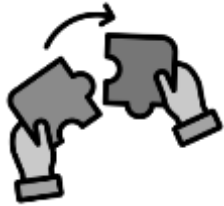
Région	Organisme	Personne(s) interrogée(s)	Fonction	Date échange	Modalités échange	Remarques
Bourgogne Franche-Comté	CRT Bourgogne Franche-Comté	Fanny TESSUTO	Chargée de développement Observation - Ingénierie.	19-sept	Echange par mail	
Bourgogne Franche-Comté	Côte d'Or Attractivité	Isabelle COROND-PEINTRE	Directrice	29-août	Echange en visioconférence	
Bourgogne Franche-Comté	Nièvre Attractivité	Cécile DESPALLES	Directrice	23-août	Echange en visioconférence	
Bourgogne Franche-Comté	Saône-et-Loire	Sandrine GUÉNERIE	Directrice	26-août	Echange téléphonique	
Bourgogne Franche-Comté	Yonne Tourisme	Bénédicte NASTORG-LARROUTURE	Directrice	nc	nc	
Nouvelle Aquitaine	CRT Nouvelle-Aquitaine	Aurélié LOUBES	Directrice	28-août	Echange en visioconférence	
Nouvelle Aquitaine	CDT Creuse	Alice DEHUREAUX et Azélie SIMONET	Directrice et responsable tourisme durable	23-août	Echange en visioconférence	
Nouvelle Aquitaine	CDT Corrèze	Marie SAULE et Nathalie MANIÈRE	Directrice et Responsable Pôle Ingénierie	05-sept	Echange en visioconférence	
Nouvelle Aquitaine	SPL Terres de Limousin	Amandine LAGORSE	Référente SIT	08-août	Echange par mail	
Occitanie	CRT Occitanie	Marc FARRE et Mael CAMBEFORT	Directeur délégué et chargé de mission tourisme jeunes et tourisme de savoir-faire	18-sept	Echange en visioconférence	Associées pour le Conseil Régional : Emmanuelle FOUQUET, Chef de Service Tourisme et Nathalie NOUZIES, Directrice Economie Locale
Occitanie	Aude Tourisme	Nadine DARSON BERETTA	Directrice	06-sept	Echange en visioconférence	
Occitanie	Aveyron attractivité	Julien ANDURAND et Ariane WURSTEISEN	Manager Territoires et Réseaux et Chargée de mission marketing	12 août et 23 août	Echange en visioconférence	
Occitanie	Gard Tourisme	Sandrine RIEUTOR		nc	nc	
Occitanie	Tourisme Hérault	Isabelle DHOMBRES	Directrice développement et transition durable	16-sept	Echange en visioconférence	Associés pour le Conseil Départemental : Bertrand MASON et Karine DUCROS (Mission Tourisme)
Occitanie	Lot Tourisme	Pierre LAGACHE	Directeur	12-sept	Echange en visioconférence	
Occitanie	Lozère Tourisme	Eric DEBENNE	Directeur	20-sept	Echange en visioconférence	
Occitanie	Tarn Tourisme	Valérie ESCANDE	Directrice	nc	nc	
Occitanie	Tarn et Garonne Tourisme	Richard RAMBOER	Directeur par interim	24-sept	Echange en visioconférence	

Bourgogne – Franche-Comté



Etats des lieux > Bourgogne – Franche-Comté

Echange par mail avec Fanny TESSUTO, Direction du Développement du CRT Bourgogne – Franche-Comté



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Un tourisme en parfaite adéquation avec l'esprit du Schéma Régional du Tourisme et des Loisirs, construit sur des notions de tourisme durable et équitable
- Une correspondance directe avec l'engagement n°8 « Favoriser l'accueil de tous les publics dans un esprit de bienveillance et d'hospitalité, notamment en termes d'accessibilité » en particulier



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Environ 550 structures (centres et villages de vacances, gîtes d'étapes et de séjours, MFR, colonies...) figurent dans la base de données régionales
- En revanche, le CRT n'a pas une connaissance fine de la situation de ces structures, ni d'action spécifique à leur égard



Vision générale de la situation et potentialités de développement

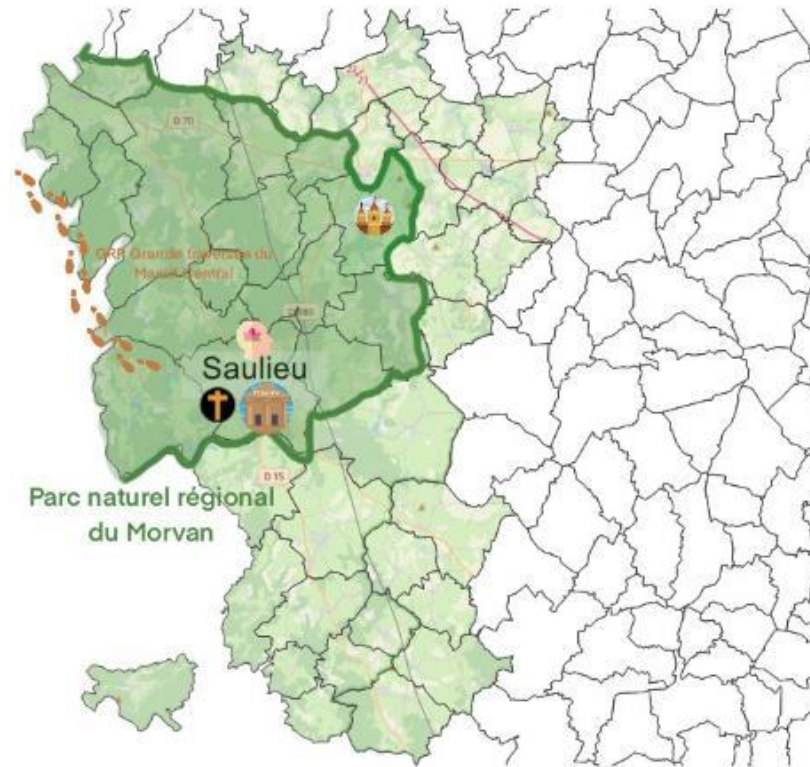
- (pas d'échange direct sur ces sujets avec Mme OLLIER-DAUMAS)

Etats des lieux > Côte-D'or

Stratégie territoriale

- Une stratégie axée sur un « **Manifeste pour un tourisme 100% durable en Côte-d'Or** »
- Développement des **modes de déplacement doux** notamment le vélo avec « **A vélo en Côte d'Or** »
- Un axe important concentré sur **l'oenotourisme**

Le parc naturel régional du Morvan reconnu pour son patrimoine naturel exceptionnel, sa richesse culturelle et historique (vestiges gallo-romains), sa biodiversité et sa gastronomie locale.



- Musées
- Bien être
- Grand sentier de randonnée
- Patrimoine religieux
- Châteaux
- Autres offres transversales au territoire :
Vélo, randonnées, équitation

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de la Côte-d'Or

Les enjeux

La partie massif central peu valorisée au dépend d'un pôle d'attractivité autour de Dijon et des « Climats du vignoble de Bourgogne »

Développement du tourisme culturel et historique par la valorisation de son patrimoine architectural et de ses musées

Fédérer tous les acteurs dans une même synergie axée sur le durable

Sites les plus visités du département (2023)

1



Musée de l'Hôtel de Dieu - Beaune

290,458 visiteurs

2



Musée des Beaux-arts de Dijon

290,458 visiteurs

3

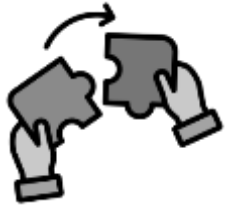


Casino de Santenay

191,466 visiteurs

Etats des lieux > Côte-D'or

Entretien le 29 août avec Isabelle COROND-PEINTRE, Directrice de Côte d'Or Attractivité



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Le Tourisme Social et Solidaire n'a jamais été un axe de développement sur la Côte d'Or, département « naturellement attractif »
- La Côte d'Or a une image de département cher (liée au vignoble, mais qui ne correspond pas à la réalité), antinomique avec la notion de Tourisme Social et Solidaire



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Une bonne connaissance globale de l'offre, celle-ci étant limitée sur le département.
- Le constat d'une faible offre d'hébergements Tourisme et Handicap
- Le fort développement de structures qualitatives de groupes de moins de 15 personnes (non ERP), qui viennent concurrencer l'offre TSS sur le créneau des tribus
- Très peu de contacts avec les communes ou associations propriétaires de structures



Vision générale de la situation

- Un tourisme protéiforme, qu'on peut difficilement « mettre dans une case »
- Un gros retard d'investissement de la plupart des structures et une absence de politique d'accompagnement par un Conseil Régional sensible aux enjeux mais disposant de peu de moyens financiers pour le tourisme
- Un besoin important de professionnalisation sur la commercialisation en particulier, avec une absence de « conscience marketing »
- Des montages qui interrogent en termes de pérennité entre des communes et des gestionnaires fragiles

Etats des lieux > Côte-D'or

Entretien le 29 août avec Isabelle COROND-PEINTRE, Directrice de Côte d'Or Attractivité



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- L'itinérance, avec une très forte demande et trop peu d'offres
- Les rassemblements familiaux / tribus, qui n'ont pas forcément besoin d'être dans un site exceptionnel dès lors qu'il est possible de faire la fête
- Des partenariats avec des acteurs bien ancrés et connaisseurs du milieu rural (type Gîtes de France, qui a labellisé 17 structures)
- L'inflation du coût des campings, qui ont contribué à « ringardiser » l'offre mais qui deviendraient moins accessibles financièrement pour des personnes à faibles revenus



Quelques exemples représentatifs

- Le Centre de Rencontres Internationales Ethic Etapes de Dijon, dont le directeur était Président de l'UNAT21. Investissements importants mais déjà anciens.
- Le VVF de Flée, qui a réalisé de gros investissements il y a 10 ans, qui semble bien fonctionner.
- La Bergerie, centre de vacances racheté par le JDA (club de basket) pour ses besoins propres, ainsi que l'organisation de séminaires et formations

Etats des lieux > Nièvre

Stratégie territoriale

- Capitaliser sur **l'attractivité des grands itinéraires**
- Capter un **flux de proximité** en facilitant les déplacements
- Moderniser et requalifier les **hébergements marchands**
- Inciter les **acteurs du tourisme** à s'engager dans une démarche de progrès et à monter en compétence

Baye et Vaux sont des étangs situés au cœur de la Nièvre proposant une offre de randonnée, de pêche, d'activités nautiques et de baignade.



- Lieux de baignade (étangs, lacs, plans d'eau)
- Villages atypiques
- Châteaux
- Musées

Autres offres transversales au territoire
VTT, randonnées, équitation

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de Nièvre

Les enjeux

Attirer la clientèle jeune – afin de diversifier les flux (près de la moitié des touristes ont entre 50 et 64 ans)

Tourisme durable – pour s'ancrer dans les tendances et les enjeux actuels

Sites les plus visités du département

1



Circuit de Nevers-Magny-Cours

312.000 visiteurs

2



Sanctuaire Bernadette Soubirous - Nevers

215.000 visiteurs

3

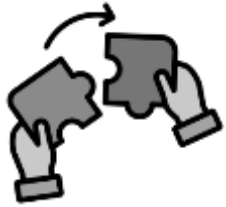


Pieuré de La Charité-sur-Loire

90.000 visiteurs

Etats des lieux > Nièvre

Entretien le 23 août avec Cécile DESPALLES, Directrice de Nièvre Attractive



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Pas de schéma de développement touristique sur la Nièvre, l'Agence travaillant actuellement sur la définition d'une stratégie
- En soi, un tourisme complètement en phase avec la politique sociale du Département...
- Mais des réalités budgétaires départementales qui font que ce segment n'est pas du tout un axe de travail pour l'Agence d'Attractivité



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Très faible connaissance de l'offre, se limitant aux structures départementales (cf infra) et à la base de données des hébergements de l'Agence
- Aucun lien avec les collectivités ou structures concernées, autonomes dans leur fonctionnement



Vision générale de la situation

- Conséquence de cette connaissance très limitée, pas de vision claire sur ce secteur d'activité
- Dans ce contexte, le sentiment (cependant pas objectivé de façon concrète) d'un manque fréquent et récurrent d'investissements et d'un besoin important de professionnalisation

Etats des lieux > Nièvre

Entretien le 23 août avec Cécile DESPALLES, Directrice de Nièvre Attractive



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- Dans l'absolu, la politique sociale du Département (par exemple, l'envoi de Nivernais dans des structures situées dans la région), mais qui trouve ses limites dans le manque de moyens de la collectivité.
- Une politique d'accompagnement structuré (a minima) à l'échelle régionale qui permettrait le financement des investissements,



Quelques exemples représentatifs

- La base de loisirs du Lac des Settons, qui dispose d'une étude pour sa modernisation mais pour lequel le Département, propriétaire, ne peut pas investir
- La base de loisirs de Baye, propriété également du Département, pour laquelle aucune étude n'a été faite et aucun investissement n'est fléché
- Plusieurs structures départementales comme le centre de loisirs des Simonots (SAXIBOURDON), louées à des tiers, sans visibilité sur le fonctionnement et la rentabilité

Etats des lieux > Saône-et-Loire

Stratégie territoriale

- Une stratégie qui cible les **familles** et les **jeunes**
- Un axe important sur le renforcement des **itinéraires doux** (170km de voies vertes supplémentaires entre 2022 et 2040) avec le projet de **Cyloroute71**

La Cycloroute 71 est un itinéraire à vélo sur 677 kilomètres empruntant de petites routes à faible trafic et des portions de Voies Vertes. L'objectif de cet itinéraire est de desservir les sites incontournables de la Saône et Loire (châteaux, villes et villages, vestiges, etc...)

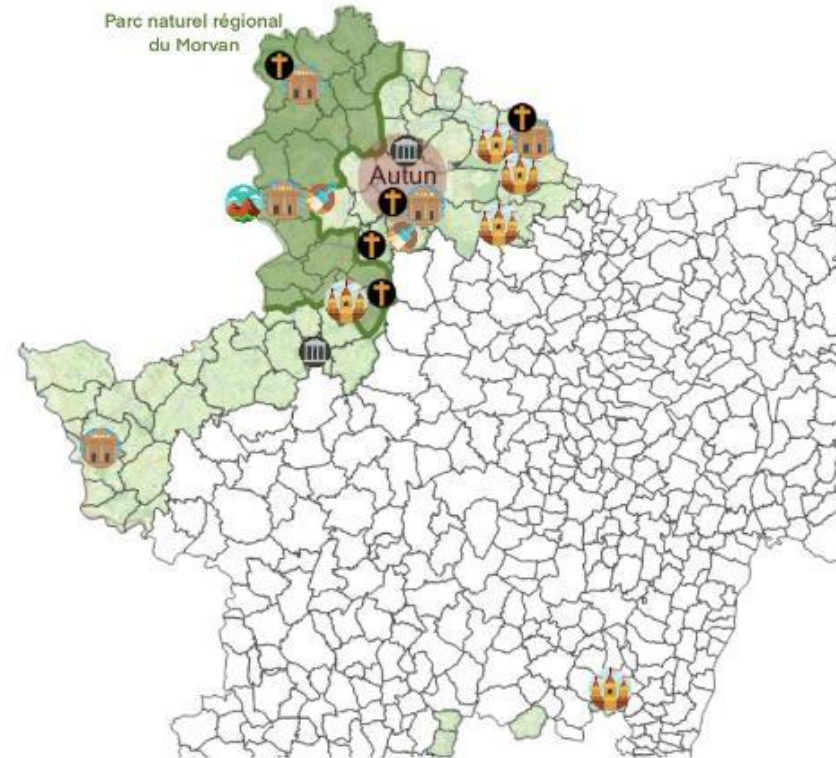


Les enjeux

Le développement durable – pour accompagner le territoire dans sa transition

Valorisation du patrimoine culturel et historique – sur un territoire très riche en patrimoine notamment gallo-romain

Diversifier la clientèle – pour atteindre une clientèle plus jeune



- Châteaux
- Musées
- Patrimoine religieux
- Temples
- Mont
- Site archéologique
- Concentration de patrimoine culturel

Autres offres transversales au territoire :
Randonnées, VTT, équitation

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de la Saône-et-Loire

Sites les plus visités du département (2018)

1



Basilique du Sacré-Cœur – Paray-le-Monial

405,000 visiteurs

2



Parc des Combes – Le Creusot

242,000 visiteurs

3

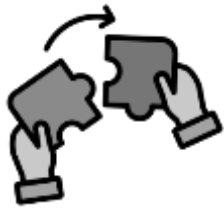


Touro parc – zoo – Romanèche-Thorins

210,871 visiteurs

Etats des lieux > Saône-et-Loire

Entretien le 26 août avec Sandrine GUENERIE, Directrice Mission Tourisme CD71



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Un tourisme en phase avec le Schéma Touristique du Département (accompagnement des projets correspondant à des labels de tourisme durable et inclusif, rajeunissement de la clientèle, itinérances douces...)
- Un tourisme qui n'est pas perçu comme incompatible avec une montée en gamme - « campagne chic » du Département : « si on a l'offre, on saura la promouvoir »
- Cependant, rien n'est fléché aujourd'hui dans la politique départementale, en grande partie par manque de connaissance des réalités



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Question essentielle : « qu'est-ce que le Tourisme Social et Solidaire ? » : l'absence de définition, de label, de critère... contribue à la méconnaissance du secteur
- L'approche pourrait être sensiblement améliorée et qualifiée à travers un travail avec les EPCI, en prise avec les réalités des communes en particulier
- La base de données régionale (Décibelles Data) ne semble pas permettre une bonne identification des structures concernées (outil inadapté + manque de critères adéquats)



Vision générale de la situation

- Pas de vision claire sur ce segment par manque de connaissance de l'offre et absence de grands opérateurs type VVF qui permettraient des échanges structurés
- La terminologie n'est pas appropriée, elle renvoie à une connotation d'aide sociale qui ne correspond pas à la philosophie départementale
- Il y a sans doute une inadéquation entre les attentes et les offres, et un problème d'investissement sur la problématique énergétique en particulier

Etats des lieux > Saône-et-Loire

Entretien le 26 août avec Sandrine GUENERIE, Directrice Mission Tourisme CD71



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- Il est difficile d'apporter des réponses pertinentes en l'absence d'une vraie connaissance de l'offre et des réalités des structures, tant sur le plan patrimonial que sur le fonctionnement
- Le manque de structures de grande capacité sur le département peut constituer une potentialité en soi, à condition que l'offre soit en phase avec la demande de la clientèle
- Le label Tourisme et Handicap semble être un axe de réflexion intéressant, mais il est très peu suivi au niveau régional, avec une perte d'adhésion significative



Quelques exemples représentatifs

- Le Domaine de la Loge : structure dynamique et qui semble bien fonctionner (2 gîtes + hébergements en tente)... mais qui ne figure pas dans la base de données des hébergements collectifs, pour des raisons de qualification de l'offre Décibelles Data
- Le Centre International de Séjour – Espace Saint Ex : 108 lits, structure adaptée pour les différents handicaps, accueil de scolaires, sportifs, touristes...

Etats des lieux > Yonne

Stratégie territoriale

- Une stratégie fondée sur le **patrimoine culturel typique** à renommée mondiale de la Bourgogne-Franche-Comté
- Un axe sur le **slow tourisme** : tendance à l'**authenticité**, au retour à la **nature** et aux **valeurs du terroir**.

La basilique Sainte-Marie-Madeleine de Vézelay est le site le plus fréquenté de la région avec plus d'un million de visiteurs par an. Elle est classée au Patrimoine mondial de l'UNESCO



Les enjeux

Le développement durable et les mobilité douce
– Pour répondre aux nouvelles attentes et aspirations des visiteurs

Connectivité et technologie – Pour répondre aux besoins des nouvelles clientèles et faire face à la concurrence



- Vignobles
- Basilique Saint-Marie-Madeleine
Classe Patrimoine mondial de l'UNESCO
- Musées et sites culturels
- Parcs et jardins
- Patrimoine industriel, artisanal, rural, agricole et technique
- Sites archéologiques
- Patrimoine religieux
- Dôme à 360° d'observation des étoiles
- GR 654 Saint-Jacques de Compostelle

Dans tout le département :

- 3000 km de chemins balisés
- 800 km de GR et GRP
- 2200 km de PR sur 196 chemins
- 500 km de véloroutes aménagées
- 1 portion d'itinéraire européen
- 1 itinéraire Vélo et fromages
- Autres activités** : équitations, kayak, golf, parachute

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de l'Yonne

Sites les plus visités du département (2015)

1



Basilique Sainte Marie Madeleine – Vézelay
848,956 visiteurs

2



Chantier médiéval de Guédelon
297,856 visiteurs

3



Les serres de collection et le parc du Moulin à Tan
180,730 visiteurs

Etats des lieux › Yonne

**Il n'a pas été possible d'échanger avec Bénédicte NASTORG-LARROUTURE,
Directrice de Yonne Tourisme**

Nouvelle-Aquitaine



Etats des lieux > Nouvelle-Aquitaine

Entretien le 28 août avec Aurélie LOUBES, Directrice CRT Nouvelle Aquitaine



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Le Tourisme Social et Solidaire constitue l'un des axes prioritaires de la stratégie 2023 – 2028 du CRT : « Valoriser l'offre du tourisme social auprès du plus grand nombre »
- A travers un travail étroit avec l'UNAT Nouvelle Aquitaine en particulier, les premières actions engagées sont basiques mais complètement nécessaires : qualification de l'offre, accompagnement à la mise en marché, communication ciblée sur les colonies, démarche de captation d'images pour les prochaines campagnes de promotion... Ces actions contribuent directement à la professionnalisation des partenaires
- Une véritable volonté de favoriser la mixité, valeur fondamentale du Tourisme Social et Solidaire et qui doit permettre par ailleurs une meilleure rentabilité
- En 2020, la politique régionale a permis de faire partir 23.500 familles. Elle n'a malheureusement pas été reconduite par manque de moyens alloués par le Conseil Régional et par défaut de partenariats durables avec les CAF et l'ANCV
- Le CRT relaie et amplifie la diffusion (jugé trop confidentielle) du catalogue de l'UNAT rassemblant les offres à l'attention des personnes en situation de handicap
- Le CRT accompagne également des webinaires pour former les prestataires à l'accueil de personnes handicapées sur sites et réfléchit à l'accueil d'influenceurs spécialisés dans le handicap
- A l'étude, une bonification du dispositif ANCV existant pour les 18 – 25 ans, avec réflexion autour d'un package incluant le transport en train (compétence régionale)

Etats des lieux > Nouvelle-Aquitaine

Entretien le 28 août avec Aurélie LOUBES, Directrice CRT Nouvelle Aquitaine



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Pas de contact direct avec les exploitants mais un travail en réseau avec les structures représentatives (l'UNAT Nouvelle-Aquitaine mène un travail intéressant de recensement et de suivi des structures sur le territoire, ce qui permet de partager le diagnostic)
- Passage obligé pour connaître et valoriser l'offre : un gros travail de qualification



Vision générale de la situation

- Pas de démarche marketing centrée sur l'ADN de ces structures, qui correspond par ailleurs pleinement aux nouvelles aspirations (vivre ensemble, sensibilisation environnementale, séjours atypiques...)
- Un besoin important d'accompagnement des établissements sur la recherche d'un modèle économique (le travail sur la mixité sociale étant un axe de travail primordial)
- Nécessité d'une « aide à la pierre » pour accompagner des rénovations lourdes (standards de confort / énergie...)

Etats des lieux > Nouvelle-Aquitaine

Entretien le 28 août avec Aurélie LOUBES, Directrice CRT Nouvelle Aquitaine



Les potentialités de développement du TSS sur la Région

- La démarche volontariste du CRT en termes de qualification de l'offre et de communication, en cours et qui doit produire ses effets dans la durée
- Une politique sociale régionale... à condition qu'elle soit relayée par les départements et les partenaires (ANCV, CAF...)
- Une démarche marketing structurée qui permette de réaffirmer l'ADN de ces structures
- Une montée en compétences en termes de commercialisation
- La formation des accueillants aux nouveaux enjeux de société et attentes des jeunes (cf initiative UCPA Nouvelle-Aquitaine)
- Une diversification des publics accueillis (mixité sociale = meilleure rentabilité)
- Un travail avec de grands groupes dans le cadre de leur politique RSE (cf dispositif Essentiem par exemple)



Quelques exemples représentatifs

- Le VVF de Lège Cap Ferret : gros investissements il y a 10 ans, ayant permis de redynamiser l'activité
- L'Isle Verte à Soustons, avec une dimension sportive très affirmée (base arrière JO – accueil de sportifs de haut-niveau et de jeunes)

Etats des lieux > Corrèze

Stratégie territoriale

- **Modernisation de l'offre touristique** à travers, notamment, la création ou la requalification de 1 500 lits
- **Une communication marketing ciblée** poussée à l'internationale
- Un axe sur l'**itinérance douce** et le **tourisme durable** pour suivre les tendances et les enjeux actuels

Collonges-la-Rouge est classée parmi les Plus Beaux Villages de France.. Ce petit village médiéval est caractérisé par sa couleur rouge omniprésente dans ses ruelles. Elle est l'un des sites les plus visités en Corrèze.

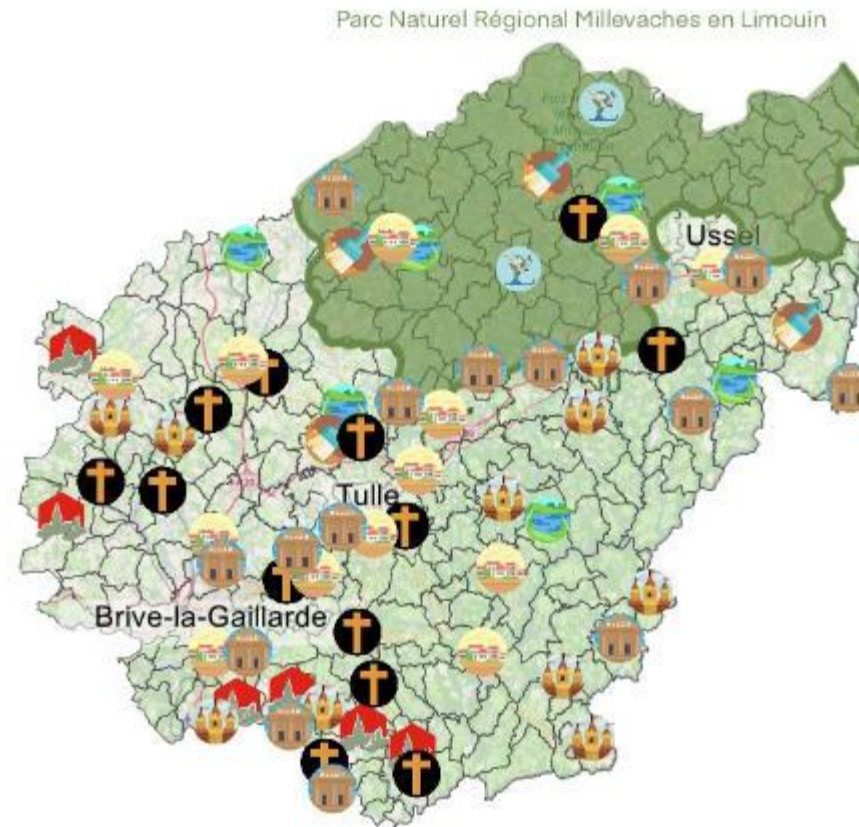


Les enjeux

Moderniser l'offre touristique pour faire face au vieillissement d'une partie de cette offre et ainsi attirer de nouvelles clientèles

Digitalisation de l'offre afin de la rendre plus accessible et de répondre aux nouveaux besoins du marché

Adaptation aux évolutions des attentes et des comportements des clientèles



- Les Plus Beaux Villages de France
- Villes et villages de caractère
- Châteaux et tours
- Eglises remarquables
- Musées, écomusées et centres d'art
- Vestiges archéologiques
- Principaux lieux de baignade
- Stations de ski

Autres offres transversales au territoire

VTT, randonnées,
équitation, golf pêche

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de la Corrèze

Sites les plus visités du département (2018)

1



Château d'Arnac-Pompador

37.841 visiteurs

2



Les pans de Travassac - Donzenac

33.742 visiteurs

3

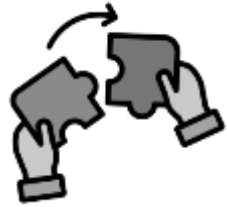


Les jardins de Colette - Varetz

32.644 visiteurs

Etats des lieux > Corrèze

Entretien du 05 septembre avec Marie SAULE, Directrice et Nathalie MANIÈRE, Responsable Pôle Ingénierie de Corrèze Tourisme



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- La Corrèze, « Terre de Tourisme Social » (politique historique de la SOMIVAL)
- Un enjeu économique direct (4.000 lits touristiques soit 10% de l'offre)
- Mais pas un axe politique revendiqué (le Département s'appuyant sur 3 structures dont il a la propriété pour asseoir sa politique d'aide au départ en vacances)



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Une bonne connaissance des centres de vacances, mais un secteur des colonies complètement méconnu (EDF, RATP, CE...)
- Le besoin de recenser l'offre avec l'appui des communes et d'établir une typologie
- Une connaissance très limitée des réalités de fonctionnement et de commercialisation (déclaratif pour quelques centres de vacances seulement).



Vision générale de la situation

- Le désengagement des opérateurs qui ne trouvent plus de modèle économique
- De nombreuses collectivités désemparées vis-à-vis de structures dont elles sont propriétaires, ce parfois malgré des investissements réguliers
- Une inquiétude sur la pérennité des stratégies de reprise par des particuliers sans moyens importants, de vente à la découpe...
- De forts besoins de modernisation et d'isolation des bâtiments
- Des enjeux de professionnalisation (commercialisation en particulier)
- « On ne pourra pas tout sauver »
- Le camping a ringardé le TSS sur l'approche « vivre ensemble – retour à la nature »

Etats des lieux > Corrèze

Entretien du 05 septembre avec Marie SAULE, Directrice et Nathalie MANIÈRE, Responsable Pôle Ingénierie de Corrèze Tourisme



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- Des partenariats avec des Fédérations Sportives sur des équipements de qualité
- Dans l'absolu, une aide au départ des personnes les moins favorisées (mais le Département a fort à faire avec les autres problématiques sociales)
- L'itinérance, sous réserve que les bâtiments permettent la cohabitation de clientèles groupes et d'individuels
- Une politique volontariste de subventions publiques car les enjeux financiers sont trop importants pour envisager un modèle économique pérenne
- Les besoins de structures pour handicapés (cf les lourdeurs du label Tourisme et Handicap)
- Des mécènes dans le cadre de leur politique RSE et des initiatives type Essentiem
- La nécessité d'une vision et d'une politique nationale dont le CDT serait le relais



Quelques exemples représentatifs

- Les deux derniers VVF (Collonges la Rouge et Eygurande) = rencontre d'un exploitant de qualité et d'une collectivité déterminée, sur des sites à fort potentiel touristique
- Le Village Séjour Adapté d'Alassac, qui accueille des handicapés et les aidants
- La Station Sport Nature de Marcillac (mixité de clientèles + réseau de sportifs du directeur)
- Les 3 structures propriétés du Département, reflet de sa politique d'aide au départ (Centre Sportif de Bugeat, Centre de Vacances Oléron et Centre de Vacances Chamonix)
- Le Club Med à Pompadour : revendu à un investisseur libanais pour un projet d'hôtel de standing, qui ne rencontre pas le succès escompté
- Le VVF d'Ayen : pas d'opérateur pour exploiter un projet de 7,5 M€ -> vente à la découpe
- L'opérateur commercial « Action Séjours » et sa politique de prix serrés

Etats des lieux > Creuse

Stratégie territoriale

- Un cœur de stratégie autour de la création de **réseaux partenaires** et **d'intelligence territoriale** (gouvernance)
- Le tourisme **durable** au centre des préoccupations
- Créer et ancrer une **image** de la Creuse pour la faire connaître et la faire aimer.

La Station Sports Nature des Monts Guérêts propose des activités « terre », « eau » et « air ». Elle propose 20 circuits trail, 720km de circuits VTT balisés, 250km de circuits sur 25 boucles.



Les enjeux

Commercialisation en ligne pour améliorer l'accessibilité à l'offre touristique du territoire

Amélioration de l'accessibilité notamment ferroviaire et de transports publics intra départementaux

Une image à renforcer et à adapter au territoire pour attirer une clientèle en phase avec l'offre du territoire



- Patrimoine mondial de l'UNESCO
- Châteaux, tours, remparts et forteresses
- Musées
- Thermes
- Lac
- Station Sports Nature de Guérêts
- Itinéraire Saint Jacques de Compostelle

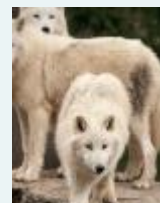
Offres transversales au territoire :

Randonnées, escalade, VTT, équitation, trail, pêche

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de la Creuse

Sites les plus visités du département

1



Parc animalier des Monts de Guéret

38.569 visiteurs

2



Cité internationale de la Tapisserie - Aubusson

25.000 visiteurs

3

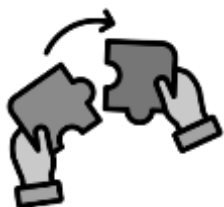


Labyrinthe Géant - Guéret

19.812 visiteurs

Etats des lieux > Creuse

Entretien le 23 août avec Alice DEHUREAUX (Directrice) et Azélie SIMONET (responsable tourisme durable) de Creuse Tourisme



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Le Tourisme Social et Solidaire est complètement en phase avec les valeurs de tourisme durable du schéma départemental voté en 2022
- Des besoins identifiés qui correspondent à la politique « d'intelligence territoriale » et de développement des ventes pour augmenter le nombre de touristes sur le territoire
- Un secteur déjà identifié comme stratégique au niveau régional (étude « tourisme durable » lancée par la MONA en mai 2024)



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- L'offre étant assez limitée sur le territoire, une relative bonne connaissance mais un manque de chiffres précis pour objectiver les réalités
- « Globalement ça continue de fonctionner, mais ça manque de professionnalisme »
- Creuse Tourisme réfléchit à s'organiser pour un meilleur accompagnement du TSS



Vision générale de la situation

- Des propriétaires qui ont du mal à se projeter dans un projet de rénovation, par manque de connaissance des attentes de la clientèle et des potentialités
- Un besoin fort de rénovation en lien avec le label Tourisme et Handicap en particulier
- Des besoins importants en matière d'accompagnement dans la gestion et la commercialisation (collectivités, associations, voire particuliers vieillissants... qui ne sont pas suffisamment en prise avec les réalités actuelles)

Etats des lieux > Creuse

Entretien le 23 août avec Alice DEHUREAUX (Directrice) et Azélie SIMONET (responsable tourisme durable) de Creuse Tourisme



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- Le label Tourisme et Handicap, trop peu développé par manque de perception des retombées potentielles
- L'itinérance, avec des besoins liés au Tour de la Creuse à Vélo, la Grande Traversée VTT de la Creuse... et la possibilité pour les professionnels de majorer leurs prix pour une nuitée
- Une politique sociale régionale pour les défavorisés, leur permettant de partir en vacances en région dans des structures correspondant à leurs moyens et à une logique de proximité (cf dispositif Chèques Solidarité Tourisme en 2020 avec le CRT Nouvelle Aquitaine qui a bénéficié à 23.500 familles, dont 600 sur la Creuse pour 35 k€)
- Les séjours « bas carbone » de Nouvelle Aquitaine en appui de cette politique sociale
- La marque « Terra Aventura » du CRT Nouvelle Aquitaine avec concours financiers des CDT = geocaching permettant de valoriser des séjours sur des destinations ciblées et/ou les ailes de saison (Vallée des Peintres, Aubusson...)



Quelques exemples représentatifs

- Le centre sportif « Tremplin Nature » de la Ville de Guéret qui vient de se moderniser en profitant de l'opportunité des JO (base arrière fréquentée pour le VTT)
- L'Auberge de Jeunesse de Banize, gérée par une association qui a besoin de se professionnaliser
- La Roue d'Escampette, « Accueil Vélo » mais qui freine pour « Tourisme et Handicap »
- « La tribu du Dadet », gîte qui fonctionne bien grâce au label « Tourisme et Handicap »
- L'ancien IME de Monteil au Vicomte : projet de la commune de gîte de groupe qui n'aboutit pas car la collectivité n'est pas accompagnée

Etats des lieux > Haute-Vienne

Stratégie territoriale

- La **famille**, un cœur de cible dans la stratégie de Haute-Vienne axé sur une **offre ludique**
- Le **développement durable**, un axe majeur
- Privilégier une approche **multidisciplinaire** en passant d'une logique de sites à une logique de **destination**

Le village d'Oradour-sur-Glane est un village martyr témoin du massacre de sa population par la division SS Das Reich le 10 Juin 1944. Il est aujourd'hui un lieu de commémoration.

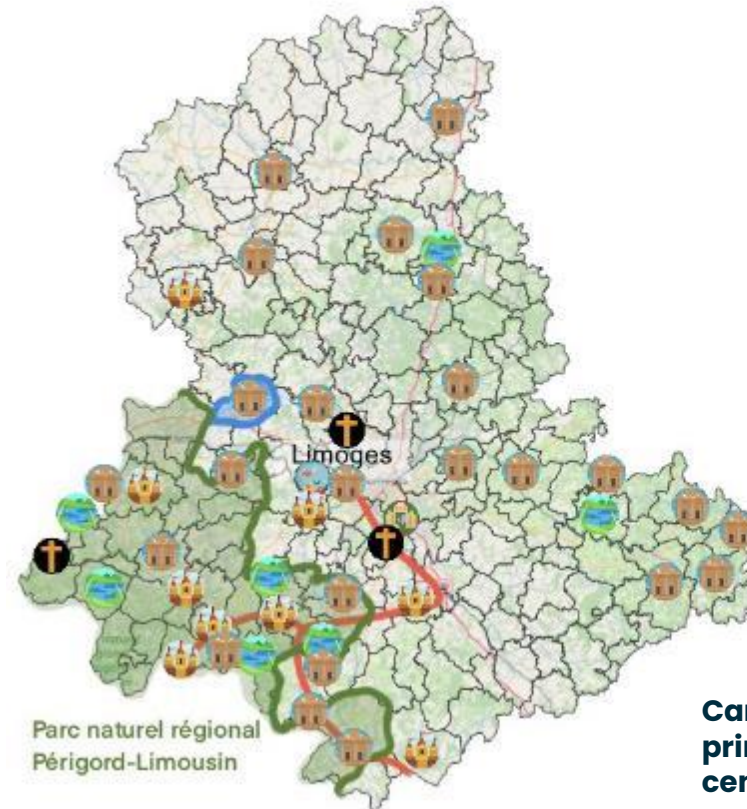


Les enjeux

Le développement durable – pour développer un tourisme reposable et équilibré

Gouvernance – améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

Diversité de l'offre – créer une nouvelle offre plus immersive et ludique pour répondre aux attentes de la clientèle famille



Route Richard Cœur de Lion

Village martyr d'Oradour-sur-Glane

Patrimoine religieux

Châteaux

Lacs et plans d'eau

Musées

Zoo

Aquarium

Offres transversales au territoire :

Randonnées, équitation, pêche, kayak

Carte de l'offre touristique principale du territoire du Massif central de la Haute Vienne

Sites les plus visités du département

1



Ouradour-sur-Glane
255 460 visiteurs

2



Parc Zoologique et paysager du Reynou au Vigen
135.523 visiteurs

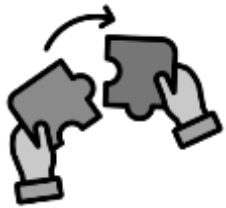
3



Aquarium du Limousin à Limoges
63.000 visiteurs

Etats des lieux > Haute-Vienne

Echange par mail du 08 août avec Amandine LAGORSE, Référente SIT de SPL Terres de Limousin



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Le Tourisme Social et Solidaire semble pleinement correspondre à la politique de Terres du Limousin
- Cependant, il n'est pas fléché comme axe stratégique



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- La connaissance de l'offre semble se résumer à une base de données d'environ 25 références, très peu qualifiée



Vision générale de la situation et potentialités de développement du TSS sur le département

- (pas d'échange sur ces sujets, compte-tenu des réalités résumées ci-avant)



Quelques exemples représentatifs

- Le Souffle Vert : centre de vacances de 200 lits, racheté par un particulier. Très axé tourisme vert avec découverte de la région, y compris pour les « régionaux ».
- le VVF de Neddes- Vassivière (300 lits)

Occitanie



Etats des lieux > Occitanie

Entretien du 18 septembre avec :

- ***pour le CRTL : Marc Farré – Directeur délégué et Mael CAMBEFORT, Chargé de Mission Tourisme des Jeunes et Tourisme de Savoir-Faire***
- ***pour le Conseil Régional : Emmanuelle FOUQUET, Chef de Service Tourisme et Nathalie NOUZIES, Directrice Economie Locale***



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Une filière en parfait accord avec la philosophie du Schéma Régional du Tourisme, et de sa priorité 3.1 « Des vacances et loisirs pour toutes et tous » en particulier
- Un positionnement politique volontariste pour permettre le départ en vacances des « publics éloignés » depuis 2016 (et surtout de façon opérationnelle 2018)
- La carte Occ'Ygène : ce dispositif initié pendant le COVID (mais abandonné en 2023) permettait d'obtenir des réductions ou des gratuités sur 900 offres initialement, et était couplé à une offre de transport gratuit
- Le fonds Occ'Ygène, intégré dans le dispositif national Essentiem
- La mobilisation de 60 opérateurs de séjours partenaires (VVF, Ligue de l'Enseignement) autour de l'accueil des jeunes (pendant et en dehors du temps scolaire), avec une politique très volontariste sur les mobilités (gratuité / coût très réduit)
- Des plans d'actions menés en lien avec l'UNAT et l'Education Nationale

Etats des lieux > Occitanie

Entretien du 18 septembre avec :

- **pour le CRTL : Marc Farré – Directeur délégué et Mael CAMBEFORT, Chargé de Mission Tourisme des Jeunes et Tourisme de Savoir-Faire**
- **pour le Conseil Régional : Emmanuelle FOUQUET, Chef de Service Tourisme et Nathalie NOUZIES, Directrice Economie Locale**



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Un recensement exhaustif des hébergements TSS sur l'ensemble du territoire (semble-t-il plus complet qu'au niveau des CDT), nécessaire pour permettre l'exercice de la compétence économique de la région
- Un diagnostic déjà bien établi sur les difficultés de ce secteur d'activité, et le sentiment que le travail sur le modèle économique est trop rarement mené (« Quel marché ? Quelles clientèles ? Quelle rentabilité ? »)



Vision générale de la situation

- Un besoin d'accompagnement (professionnalisation) et la nécessité de définir le modèle économique idoine
- La vétusté de certaines structures qui nécessite de très lourds investissements
- Des hébergements bien remplis mais « coincés » entre la difficulté d'augmenter les tarifs et des coûts d'exploitation qui explosent
- La difficulté de conserver « son ADN » dans ce contexte
- Une crispation des locaux vis-à-vis d'une population « qui n'a pas toujours les codes »
- Le coût du transport, et la nécessité de prendre en compte les gros enjeux liés à la mobilité

Etats des lieux > Occitanie

Entretien du 18 septembre avec :

- **pour le CRTL : Marc Farré – Directeur délégué et Mael CAMBEFORT, Chargé de Mission Tourisme des Jeunes et Tourisme de Savoir-Faire**
- **pour le Conseil Régional : Emmanuelle FOUQUET, Chef de Service Tourisme et Nathalie NOUZIES, Directrice Economie Locale**



Les potentialités de développement du TSS sur la Région

- Au préalable, la nécessité de classer les hébergements (par mode de gestion)
- L'identification, hébergement par hébergement, des potentialités correspondantes : chaque accompagnement financier devrait être accompagné de la définition d'un modèle économique viable
- Un travail collaboratif plus poussé entre la Région (détenteur de la compétence économique) et les Départements (détenteurs de la compétence sociale)
- Le développement du label Tourisme et Handicap, une des priorités de la Région
- Les Fédérations Sportives, dans le prolongement de l'effet JO et de la démarche des « bases arrière » qui a permis l'identification des structures à fort potentiel, et un travail de fond à mener avec le dispositif de « Club Sportif » porté par le CRTL

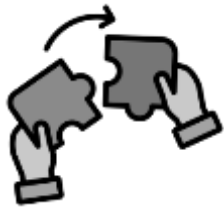


Quelques exemples représentatifs

- Un hébergement (sur le littoral) qui n'a pas encore su se moderniser par rapport à la demande des jeunes kite-surfers
- L'Auberge de Jeunesse Léodefoix, qui a su s'organiser autour de la population locale (salles de réunion, restauration, animations...) pour trouver un équilibre financier au-delà de la clientèle touristique.

Etats des lieux > Aude

Entretien le 06 septembre avec Nadine DARSON BERETTA, Directrice ADT Aude



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Un tourisme complètement en accord avec la nouvelle stratégie votée en décembre 2023
- Mais un secteur qui n'a pas été fléché dans les priorités (gros chantiers structurels à mener au préalable)
- Un intérêt évident du Département pour le Tourisme Social et Solidaire, avec la volonté éventuelle de prolonger l'étude au niveau local pour disposer d'un état des lieux solide



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Une méconnaissance assumée dans un contexte de réorganisation de l'ADT autour d'une nouvelle stratégie
- Les seuls hébergements relativement connus sont les villages de vacances
- Par conséquent, peu d'éléments factuels sur ce secteur d'activité et pas de connaissance de difficultés ou d'impasses pour les collectivités



Vision générale de la situation

- Sans doute un besoin important de remise à niveau de l'offre et de prise en compte des problématiques énergétiques
- Un besoin de professionnalisation du secteur, que l'ADT pourrait accompagner dans l'absolu (mais pas à court terme compte-tenu des chantiers prioritaires)
- La nécessité de repenser la gouvernance pour que les structures puissent être identifiées et accompagnées
- Pas ou peu d'opérateurs d'envergure susceptibles d'incarner un renouveau avec les collectivités

Etats des lieux > Aude

Entretien le 06 septembre avec Nadine DARSON BERETTA, Directrice ADT Aude



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- le label Tourisme et Handicap, sur lequel il existe une vraie volonté politique
- une réflexion sur une politique d'aide aux départs, qui nécessite une vraie évaluation des dispositifs existants
- l'itinérance, axe majeur pour un territoire qui manque de structures d'accueil à la nuitée
- éventuellement le sport avec de belles promesses d'attractivité pour la jeunesse (sports nautiques sur le littoral par exemple) mais un domaine qui n'a pas été investigué à ce jour



Quelques exemples représentatifs

- (pas d'échanges en la matière, compte-tenu du manque de connaissance de ce secteur d'activité)

Etats des lieux > Aveyron

Stratégie territoriale

- Une stratégie basée sur **l'identité** reconnue et valorisée du territoire (nature préservée, authenticité, art de vivre, gastronomie, etc...)
- Développer la **connectivité** et **l'accessibilité** à l'offre sur le web

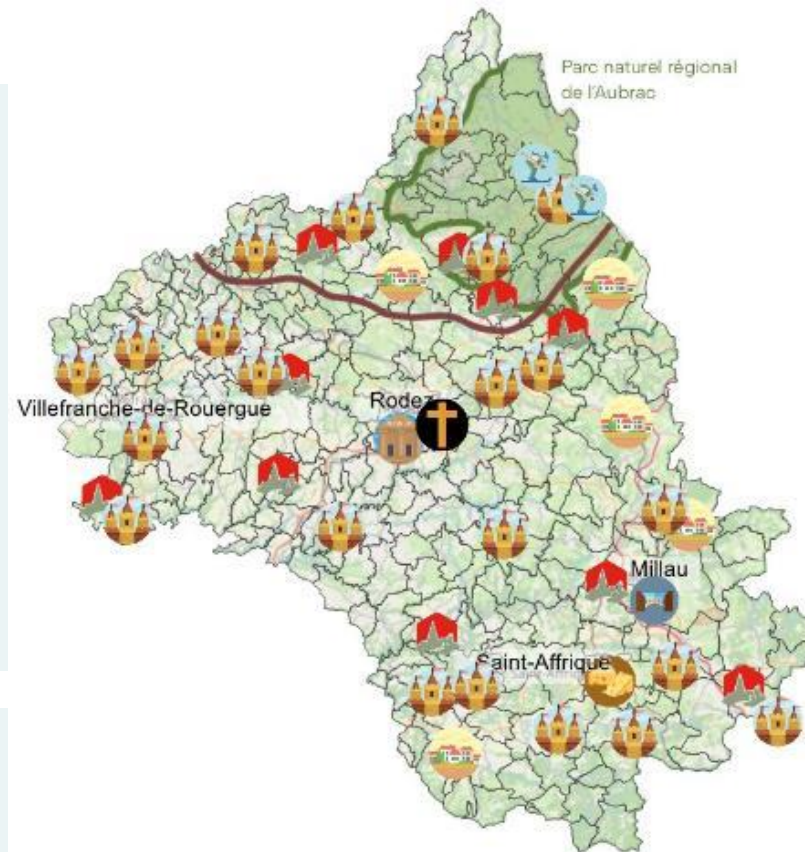
Le **Viaduc de Millau** est un viaduc contemporain et le viaduc le plus haut du monde avec ses 343 mètres de hauteur. Conçu par l'ingénieur français Michel Virlogeux, il est le site touristique le plus visité du département de l'Aveyron



Les enjeux

Slow tourisme et tourisme durable – dans un territoire remarquable par sa nature préservée et son cadre de vie

Renforcer l'appartenance identitaire du territoire – pour engager les professionnels et les habitants dans une synergie d'accueil et de communication commune



- Viaduc de Millau
- Roquefort, fromage emblématique du territoire
- Plus Beaux Villages de France
- Villes et villages de caractère
- Musée Soulaiges et musée Fenaille
- Patrimoine religieux
- Itinéraire Saint Jacques de Compostelle GR65
- Châteaux et sites fortifiés
- Station de ski

Autres offres transversales au territoire
Randonnées, trails, VTT, vélo, équitation, escalade, spéléologie, via ferrata

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de l'Aveyron.

Sites les plus visités du département

1



Viaduc de Millau
383.944 visiteurs

2



Cathédrale Notre-Dame de Rodez
322.313 visiteurs

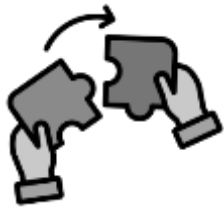
3



Musée de Soulaiges – Rodez
129.000 visiteurs

Etats des lieux > Aveyron

Entretiens le 12 août avec Julien ANDURAND (Manager Territoires et Réseaux) et le 23 août avec Ariane WURSTEISEN, Chargée de Mission Marketing



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Un tourisme identifié comme correspondant à la volonté de rajeunissement de la clientèle à travers des activités sportives pleine nature en particulier (étude 2019 : « l'image est trop liée aux savoir-faire, à la gastronomie et au patrimoine »)
- Une démarche pertinente au regard des bassins de proximité (Bordeaux, Clermont, Toulouse, Montpellier, Marseille...), cibles privilégiées dans la promotion
- Cependant, pas de politique dédiée



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Pas de connaissance réelle de la situation
- Le suivi se fait « en pointillés » (dernière démarche menée avec le CDT de Corrèze il y a 4 ans pour un accompagnement éventuel en matière de commercialisation)



Vision générale de la situation

- Un besoin fort de rénovation (énergétique tout autant que de montée en gamme)
- Des collectivités démunies quand un gestionnaire les quitte, et qui ne savent pas si elles doivent réinvestir... et comment
- Des stratégies individuelles assez variables pour essayer de trouver de nouvelles clientèles (accueil scolaires, centres équestre, accueil migrants, séminaires intégration étudiants, groupes de sportifs...), parfois au détriment d'une démarche marketing cohérente et d'une rentabilité dans le fonctionnement.

Etats des lieux > Aveyron

Entretiens le 12 août avec Julien ANDURAND (Manager Territoires et Réseaux) et le 23 août avec Ariane WURSTEISEN, Chargée de Mission Marketing



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- Le label Tourisme et Handicap, peu développé par manque de perception du potentiel
- L'itinérance, avec le chemin de St Jacques de Compostelle (25.000 marcheurs / an)
- L'éducation environnementale
- La montée en gamme et la diversification
- La professionnalisation dans la gestion et la mise en marché
- Une démarche d'accompagnement qui doit être menée au niveau régional
- « On ne pourra pas tout sauver », il faut cibler les massifs et les lieux à fort potentiel



Quelques exemples représentatifs réussis ou à suivre de près

- VVF Hauts de Najac : 100 chambres et 68 pavillons. Investissements de 6 M€ en 2015 (chambres), 3 M€ en 2024 (gîtes). « Sacrifice » d'un second centre de vacances ex VVF.
- Groupe Soleil Evasion : gère 2 sites propriétés du Conseil Départemental, qui pourraient faire partie de sites pilotes pour une réflexion partagée collectivités / gestionnaires.
- Royal Aubrac à Saint Chély d'Aubrac (sanatorium, hôtel de luxe, centre de vacances de la FOL à partir de 1960 et aujourd'hui propriété d'un groupe de TP qui a lancé une consultation populaire pour son avenir). Révision carte communale en cours pour une demande d'autorisation déposée en 2023 pour un complexe de 27 ha (hôtel 48 chambres, restaurant 120 couverts + restaurant saisonnier, 25 écolodges, gîte de groupe 80 lits, patinoire de 680 m2 ...)
- Ethic Etapes Valrance (300 lits) : établissement d'enseignement MFR mais positionné sur accueil de groupes; classes découvertes et colonies. Stratégie d'optimisation intéressante, avec prise en compte de la demande liée à la fermeture des centres de vacances.

Etats des lieux > Aveyron

Entretiens le 12 août avec Julien ANDURAND (Manager Territoires et Réseaux) et le 23 août avec Ariane WURSTEISEN, Chargée de Mission Marketing



Quelques exemples représentatifs de difficultés

- L'AAGAC : association qui gère gîte de groupe, PRL, camping et une partie des locatifs de l'ancien centre de vacances de la commune, en plus de la base de loisirs.
- Le Centre de Brommat en Carladez (300 lits) : Azureva étant parti en 2021, pas d'investissement, chute de la fréquentation et de la rentabilité. Pas de perspectives pour le moment a priori, malgré la relative richesse de la commune (taxes barrage EDF)
- La Chêneraie à Argences-en-Aubrac (80 lits) : gros besoins d'isolation
- La Maison des Cent Vallées à Naucelle (80 lits) : malgré de gros travaux il y a quelques années et un intermède de gestion par « Escapades Vacances », le site ne trouve pas de gestionnaire durable.
- Aux Portes des Monts d'Aubrac d'Espalion : reprise de l'exploitation par la commune, développement d'une activité sportive liée au réseau du directeur, mais commercialisation difficile sur la clientèle individuelle.
- Le Sériguet à Belmont sur Rance (216 lits) : départ en retraite imminent du gestionnaire.

Etats des lieux > Gard

Stratégie territoriale

- Le **développement durable** au cœur des différents axes stratégiques
- Consolidation de la **promotion** et du développement d'un **tourisme local**
- Optimisation de la **coordination des acteurs du tourisme**

Le parc national des Cévennes est reconnu Réserve de Biosphère par l'UNESCO et « réserve internationale de ciel étoilé » la plus grande d'Europe.



Les enjeux

Gérer les flux – pour équilibrer les retombées touristiques et désaisonnaliser l'attractivité du territoire

Développer un tourisme pour tous, local et de proximité – dans le cadre d'un développement durable du tourisme



Parc National des Cévennes

- Grottes
- Châteaux
- Musées ou centres d'interprétation
- Patrimoine religieux

Autres offres transversales au territoire

Randonnées, vélo, VTT, équitation

Carte de l'offre touristique principale du territoire pyrénéen du Gard.

Sites les plus visités du département

1



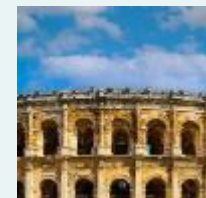
Pont du Gard
820.000 visiteurs

2



Seaquarium -
Grau du Roi
415.000 visiteurs

3



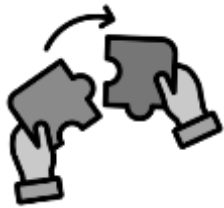
Les Arènes de Nîmes
319.167 visiteurs

Etats des lieux › Gard

**Il n'a pas été possible d'échanger avec Bénédicte NASTORG-LARROUTURE,
Directrice de Yonne Tourisme**

Etats des lieux > Hérault

Entretien le 16 septembre avec Isabelle DHOMBRES, Directrice développement et transition durable d'Hérault Tourisme et Bertrand MASON et Karine DUCROS Mission Tourisme – Conseil Départemental



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Un axe majeur de la politique du Département, à travers la fiche 11 du Schéma Départemental du Tourisme « Agir en faveur d'un tourisme inclusif et accessible à tous les publics (social/ handicap...), et ses 3 déclinaisons : aide à la pierre*, aide aux départs et développement de l'offre de séjours
- Une politique vieille de 30 ans, avec la volonté de faire du Département un acteur impliqué sur les différentes problématiques du TSS (handicap, pauvreté...)



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Une bonne connaissance de l'offre, liée à la politique volontariste du CD34 en la matière (questionnaire adressé à toutes les structures) et au travail de réseau sur le terrain
- Une étude menée en 2022 avec KPMG sur le TSS au niveau du littoral, qui concentre 70% de l'offre d'hébergements (l'étude « Massif » étant donc parfaitement complémentaire)



Vision générale de la situation

- Un besoin fort de rénovation (énergétique tout autant que de montée en gamme)
- Des gestionnaires conscients des enjeux mais l'impossibilité de trouver un modèle économique sans subvention importante des partenaires financiers (pas de possibilité d'augmenter les tarifs)
- La nécessité de conditionner les aides à un repositionnement commercial et à la prise en compte des problématiques énergétiques (ingénierie assurée par la Région)

Etats des lieux > Hérault

Entretien le 16 septembre avec Isabelle DHOMBRES, Directrice développement et transition durable d'Hérault Tourisme et Bertrand MASON et Karine DUCROS Mission Tourisme – Conseil Départemental



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- Le label Tourisme et Handicap, et la prise en compte des personnes âgées, aux besoins similaires en termes d'hébergements
- L'itinérance, avec la Via Domitia et de nombreux itinéraires vélo / piétons), qui représente une belle opportunité pour certaines structures bien situées
- L'éducation environnementale et le vivre ensemble
- Une politique volontariste d'aide aux départs
- Les fédérations sportives, malgré des résultats décevants sur les démarches déjà menées
- L'appui de partenaires nationaux (Banque des Territoires) pour financer les investissements
- Un travail plus transversal au niveau national (dont ADN Tourisme) pour que le TSS soit perçu comme un enjeu partagé

Etats des lieux > Hérault

Entretien le 16 septembre avec Isabelle DHOMBRES, Directrice développement et transition durable d'Hérault Tourisme et Bertrand MASON et Karine DUCROS Mission Tourisme – Conseil Départemental



Quelques exemples représentatifs (hors massif, dossiers aidés par CD depuis 2015)

- Le Lazaret à Sète : village vacances qui garde sa vocation « tourisme social » mais qui a développé une très forte activité liée aux séminaires. 3,6 M€ d'investissements pour créer un restaurant panoramique, construire une piscine, reconstruire 30 chambres, améliorer le confort et créer un ascenseur.
- Le Centre Malibert à Babeaux Bouldoux (PEP34) : 0,6 M€ pour la première tranche de travaux (modernisation restaurant, aménagement salle de réunion, changement décoration, création de 5 chambres, isolation, mise en accessibilité ++, thématisation des espaces pour de nouvelles clientèles) et équipement wifi). Dernière tranche de travaux non réalisée pour cause de contraintes économiques post-COVID.
- O Solehau à Balaruc : 4 M€ pour remplacer ascenseurs, mettre en accessibilité, moderniser l'ensemble des espaces, travailler l'intégration paysagère...
- Centre Social Domaine d'Agde : 5 M€ pour réorganisation / modernisation, aménagement spa et espace forme, bâtiment animations, mise à disposition vélos et bornes de recharges électriques.
- Mer et Soleil à Valras (Vacances Evasion) : 1,2 M€ pour moderniser les espaces, isoler le bâtiment et travailler sur l'accessibilité.
- Les Cyclades à La Grand Motte : 2,8 M€ pour faire évoluer 1/3 des appartements en chambres hôtelières et rénover les autres, mettre en accessibilité ++. Stratégie de montée en gamme et diversification clientèle, et labellisation Tourisme Handicap sur les 4 déficiences.

Etats des lieux > Hérault

Entretien le 16 septembre avec Isabelle DHOMBRES, Directrice développement et transition durable d'Hérault Tourisme et Bertrand MASON et Karine DUCROS Mission Tourisme – Conseil Départemental



Des actions à dupliquer ailleurs ?

- Une politique d'aide à la pierre maintenue « contre vents et marées », permettant de générer un effet de levier et de compléter le financement, et jugée probante malgré la baisse du taux d'accompagnement (5% aujourd'hui)
- Un travail en étroite relation avec :
 - la Région (dossiers de demandes d'aides pour des investissements)
 - les différents organismes partenaires : UNAT, ANCV, CAF, PEP... (conventions)

- Un travail de réseau avec les Maisons d'Action Sociale, les Maisons d'Autonomie et les Maisons Départementales des Personnes Handicapées
- Un travail de recensement des aides possibles pour les publics concernés par le TSS à l'échelle du département (« un des départements les plus pauvres de France »)
 - Une implication forte sur le label Tourisme et Handicap (département pilote) : « la Mer ouverte à tous » = 48 plages accessibles ; 3 villes labellisées « Destination pour tous »
 - Quelques éléments pour illustrer la politique de soutien financier menée par le Département ces dernières années :
 - 2 Etudes pour Destination Pour Tous : La Domitienne et Carnon : 15 000 €

7 projets de Requalification Hébergements Tourisme public : (Campotels St Pons de Thommières, Saint Bauzille de Putois, Centre de vacances Ceilhes et Rocozeles, Gîtes communaux Avène, Gîtes Maison du Parc Claret, Centre de vacances Cambon et salvergues, Gîte d'Etape à Saint Gervais sur Mare) : 510 000 €

1 Bureau d'information Touristique (BIT) : Lamalou les Bains : 22 500

Etats des lieux > Hérault

Entretien le 16 septembre avec Isabelle DHOMBRES, Directrice développement et transition durable d'Hérault Tourisme et Bertrand MASON et Karine DUCROS Mission Tourisme – Conseil Départemental



Quelques enseignements probants de l'étude KPMG (directement pris en considération dans la politique départementale)

- La pertinence de l'accompagnement financier du CD (même modeste), qui sert d'effet de levier (accompagnement parallèle par la Région, apport en capital Banque des Territoires...), même si in fine les marges de manœuvre sont minces
- Des programmes de rénovation qui redonnent de l'attractivité et permettent de rétablir la mixité sociale
- La pertinence du pass TSS de la

Région qui permet de financer une étude de faisabilité, les exploitants n'ayant pas toujours l'expertise pour le faire

- La rénovation des espaces doit être couplée à la rénovation des offres et à la digitalisation de la distribution
- L'analyse de 3 rénovations réussies sur le littoral entre 2016 et 2018 pour 29 M€ cumulés :
 - durée d'ouverture passée de 148 à 267 jours
 - augmentation du prix moyen
 - un taux d'effort patrimonial maintenu sous les 30% admissibles (25,6%)
 - un EBITDA qui passe de 20,7 à 23,8 %

Pas d'observation sur l'évolution réelle de la clientèle après rénovation, même si au stade des

investissements, les exploitants affirmaient vouloir conserver les publics aidés. Des garde-fous (statutaires pour les exploitants ou contractuels envers les propriétaires) semblent nécessaires

La nécessité d'améliorer la visibilité du TSS auprès des publics concernés

Une synthèse est en cours au niveau du Département pour mesurer l'efficacité de la politique menée sur les différentes structures accompagnées

Etats des lieux > Lot

Stratégie territoriale

- Travail sur l'équilibre répartition des **flux touristiques** sur le territoire
- Une démarche collective **RSE** engagée au sein de Lot Tourisme et de ses OT
- **Pérennisation de la fréquentation touristique à l'année** à travers des campagnes de communication

Le gouffre de Padirac est le site le plus visité du Lot. C'est l'entrée monumentale d'une cavité naturelle descendant à 103 mètres de profondeur. Il est possible de la visiter en barque accompagné d'un guide.

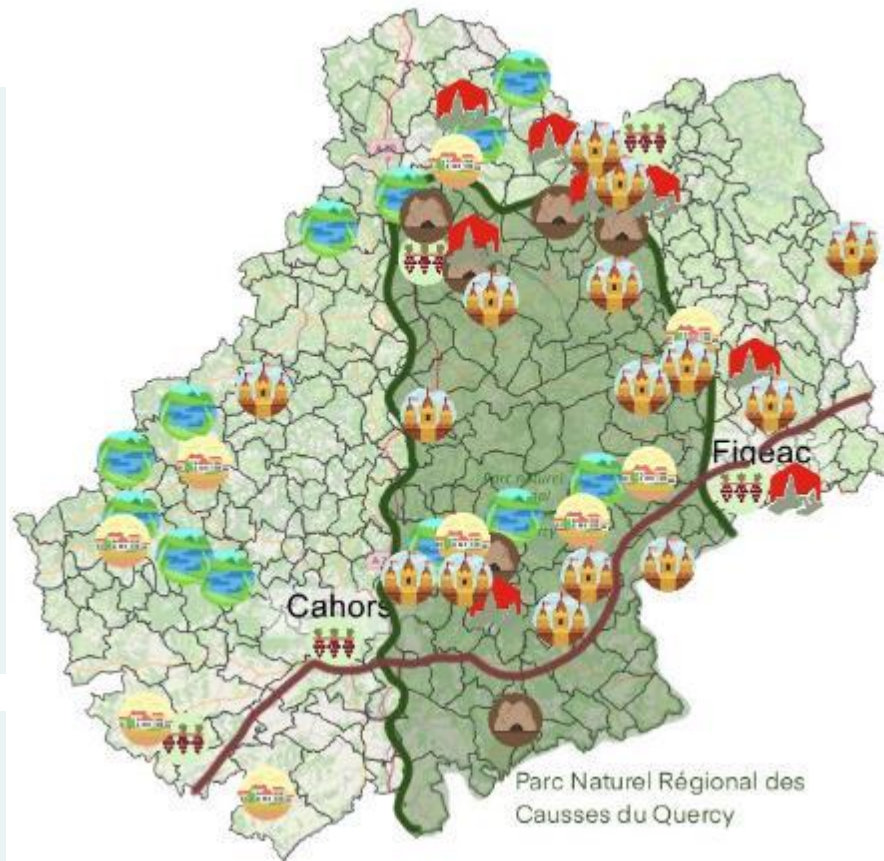


Les enjeux

Miser sur la qualité plutôt que la quantité – afin de répondre aux besoins de plus en plus exigeants des clientèles

Le tourisme durable – pour s'inscrire dans les synergies du marché à toutes les échelles et répondre aux nouvelles attentes des clientèles

Gouvernance – mobiliser les acteurs compétents dans la gestion du tourisme sur le territoire



- Les Plus Beaux Villages de France
- Villes et villages remarquables
- Grottes et gouffres
- Châteaux à visiter
- Vignobles
- Lieux de baignades
- Itinéraire Saint Jacques de Compostelle GR65

Autres offres transversales au territoire

Randonnées, VTT, équitation, pêche

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central du Lot.

Sites les plus visités du département

1



Le gouffre de Padirac
525.000 visiteurs

2



La forêt des singes – Rocamadour
135.000 visiteurs

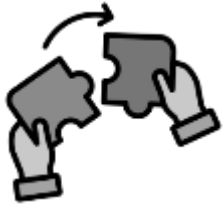
3



Chemin de fer du Haut Quercy – Martel
114.000 visiteurs

Etats des lieux > Lot

Echange du 12 septembre avec Pierre LAGACHE, Directeur de Lot Tourisme



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Le TSS n'est pas du tout fléché comme étant un axe de la stratégie d'un département où le tourisme a un poids important (8 à 10% du PIB), avec 25% de touristes étrangers
- Le schéma de développement durable est essentiellement axé sur l'environnement
- Le département capitalise sur des sites à forte notoriété (Padirac, Rocamadour, Figeac, Cahors, les deux Vallées du Lot et de la Dordogne)
- Il semble cependant exister des parts de marché à gagner sur ce segment à travers les Activités de Pleine Nature, dans une logique collaborative avec l'Aveyron et la Lozère



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Une faible connaissance liée au fait que le TSS n'a jamais été perçu comme un axe de développement majeur et à son indépendance dans sa logique de fonctionnement



Vision générale de la situation

- Un manque d'adéquation par rapport à la demande et de difficultés structurelles sur des bâtiments anciens, très lourds à rénover
- Une forme de tourisme qui a du sens au regard des enjeux sociétaux du moment (citoyenneté, vivre ensemble, sensibilisation à l'environnement), qui a été ringardisée, entre autres, par le développement du camping, mais qui peut redevenir moderne
- Une clientèle pas toujours facile à gérer et des crispations de la population locale
- Des structures reconverties dans le créneau plus rentable de l'accueil de tribus
- Les structures qui s'en sortent sont montées en gamme : est-ce toujours du TSS ?
- Sur les gîtes d'étapes et séjours, une génération qui part en retraite et des inquiétudes sur le renouvellement des exploitants

Etats des lieux > Lot

Entretien le 06 septembre avec Nadine DARSON BERETTA, Directrice ADT Aude



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- Une politique nationale et régionale d'aide au départ en vacances et de sensibilisation des jeunes aux enjeux du moment (« la société s'en porterait mieux »)
- L'utilisation en vacances scolaires d'établissements scolaires équipés d'internats et de cantines, dans une logique d'optimisation de l'existant
- Une politique massive de l'Etat pour accompagner les investissements (Départements et Régions ne sont pas les bons échelons) et la restructuration de la filière autour d'enjeux partagés, avec des partenaires nationaux (Banque des Territoires, ANCV...)
- Le handicap, avec un allègement des contraintes du label Tourisme et Handicap et sur le territoire, un travail conjoint avec les 4 OT départementaux, structurés pour accompagner la démarche « en proximité »
- Les Fédérations Sportives, en recherche de structures adaptées sur un département où il n'y a pas eu d'effet « base arrière JO » pour impulser de nécessaires investissements
- A moindre échelle, l'itinérance mais le département est historiquement très bien structuré, sans grande carence d'hébergements à la nuitée



Quelques exemples représentatifs

- (pas d'échanges en la matière, compte-tenu du manque de connaissance de ce secteur d'activité)

Etats des lieux > Lozère

Stratégie territoriale

- Axe important sur le **tourisme durable** pour la stratégie 2022-2028
- Travailler sur la **désaisonnalisation** du territoire
- Confirmation de son **positionnement** sur les Grands espaces

La Lozère peut être perçue comme 5 régions naturelles différentes offrant chacune des caractéristiques propres. On retrouve dans ces différentes régions des sites naturels d'exception comme les Gorges du Tarn ou encore le Parc National des Cévennes



Les enjeux

Le développement durable – Pour répondre aux enjeux actuels du territoire

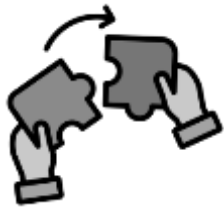
Equilibrage de la répartition des flux touristiques – pour œuvrer pour la désaisonnalisation et favoriser des retombées touristiques sur l'ensemble du territoire



Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de la Lozère.

Etats des lieux > Lozère

Echange du 20 septembre avec Eric DEBENNE, Directeur de Lozère Tourisme



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Un tourisme en phase avec l'orientation 3.4 du schéma départemental « politique sociale du tourisme »
- Le CDT48 est naturellement mobilisé autour du TSS, pour des raisons historiques (commercialisation par la Centrale de Réservation de séjours en colonies pour le CGOS, de séjours en villages vacances, parfois en exclusivité pour le compte de collectivités)
- Une stratégie qui vise à miser sur la jeunesse pour en faire de futurs Ambassadeurs de la destination



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Une bonne connaissance des structures commercialisées : bilan annuel et accompagnement dans les réflexions sur les investissements
- Peu de connaissance sur les autres structures, qui ont leur autonomie



Vision générale de la situation

- Un parc assez disparate
- Des besoins d'accompagnement dans la commercialisation
- Un mode de tourisme qui continue de fonctionner

Etats des lieux > Lozère

Echange du 20 septembre avec Eric DEBENNE, Directeur de Lozère Tourisme



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- L'accueil de sportif (cf le succès du Centre Sportif de la Ville de Mende après rénovation)
- Tourisme et Handicap (cf le succès des Hauts du Gévaudan »
- L'itinérance, avec les nombreux itinéraires sur le département (St Jacques de Compostelle, Chemin de Stevenson, Chemin Urbain V, la Route 48...)



Quelques exemples représentatifs

- Lozère Evasion et Grandeur Nature, deux colonies commercialisées par CDT
- La ville de Florac, en pleine réflexion sur la rénovation de son centre de vacances
- Le centre de vacances de Malzieu-Ville, qui sort de plusieurs tranches de travaux
- Le centre de vacances de La Canourgue, travaux en cours
- Le centre sportif EPPM de Sainte Enimie, en pleine rénovation
- le Village de Gîtes « les Hauts du Gévaudan », entièrement dédié à l'accueil d'handicapés

Etats des lieux > Tarn

Stratégie territoriale

- Positionnement sur une destination touristique **nature et reposante**
- Des cibles de clientèles reposant sur les pôles que sont **Toulouse, Milau, Rodez et Montpellier**
- Une communication accès sur les **incontournables** du territoire

La passerelle de Mazamet est un incontournable du Tarn. Suspendue à 70 mètres au dessus du vide et longue de 140 mètres, elle relie Mazamet au petit village médiéval d'Hautpoul.

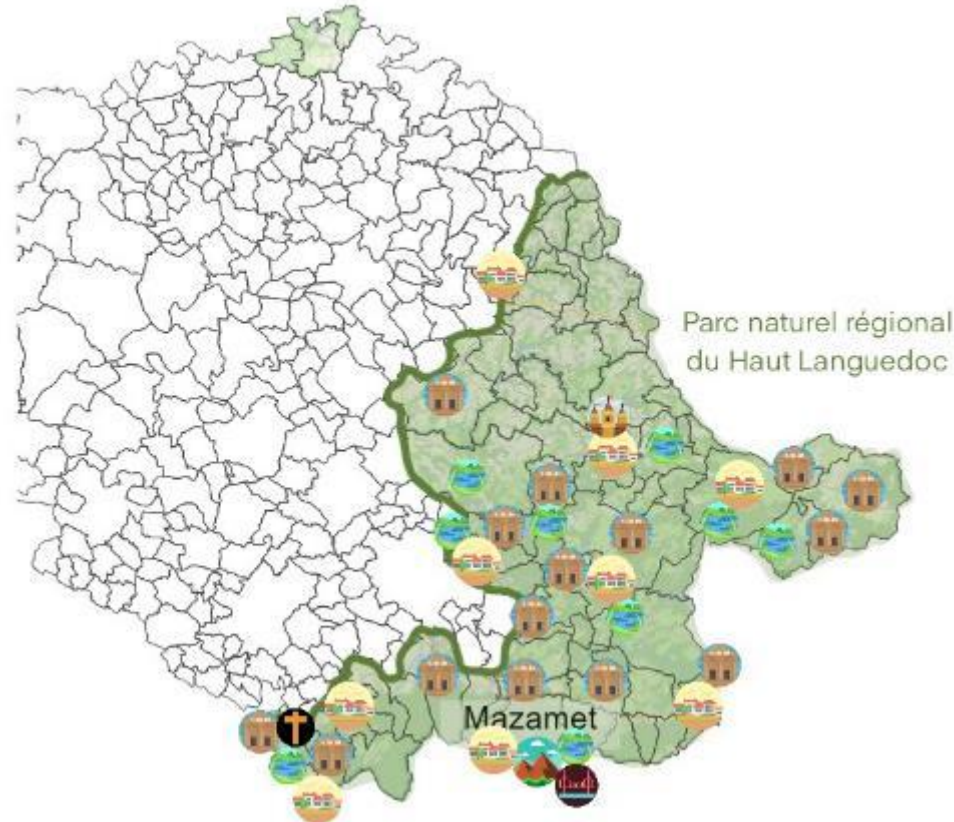


Les enjeux

Développement des mobilités : pour faciliter les déplacements sans voiture sur le territoire

Etendre les ailes de saison : pour lutter contre le phénomène de saisonnalité marqué

Digitalisation de l'offre : afin de se mettre à jour et d'anticiper les évolutions du marché

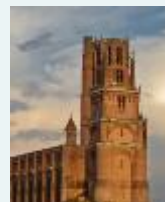


- Villes et villages incontournables
- Montagne
- Points de baignade
- Musées
- Patrimoine religieux
- Châteaux
- Passerelle de Mazamet
- Autres offres transversales au territoire**
Randonnées, équitation, golf, VTT

Carte de l'offre touristique principale du territoire du Massif central du Tarn

Sites les plus visités du département

1



Cathédrale Sainte-Cécile - Albi

2



Cathédrale Saint-Alain - Lavaur

3



Château de Penne

Etats des lieux › Tarn

**Il n'a pas été possible d'échanger avec Valérie ESCANDE,
Directrice de Tarn Tourisme**

Etats des lieux > Tarn-et-Garonne

Stratégie territoriale

- Renforcer l'**attractivité** et la **visibilité** du département
- **Qualifier l'offre touristique** départementale
- Faire du Tarn et Garonne une destination **accessible** pour tous

Caylus est une cité médiévale située dans un environnement calme et préservé. Elle témoigne aujourd'hui de l'importance qu'elle connut lors du Moyen Âge. Trois de ses bâtisses sont classées au titre de monuments historiques.

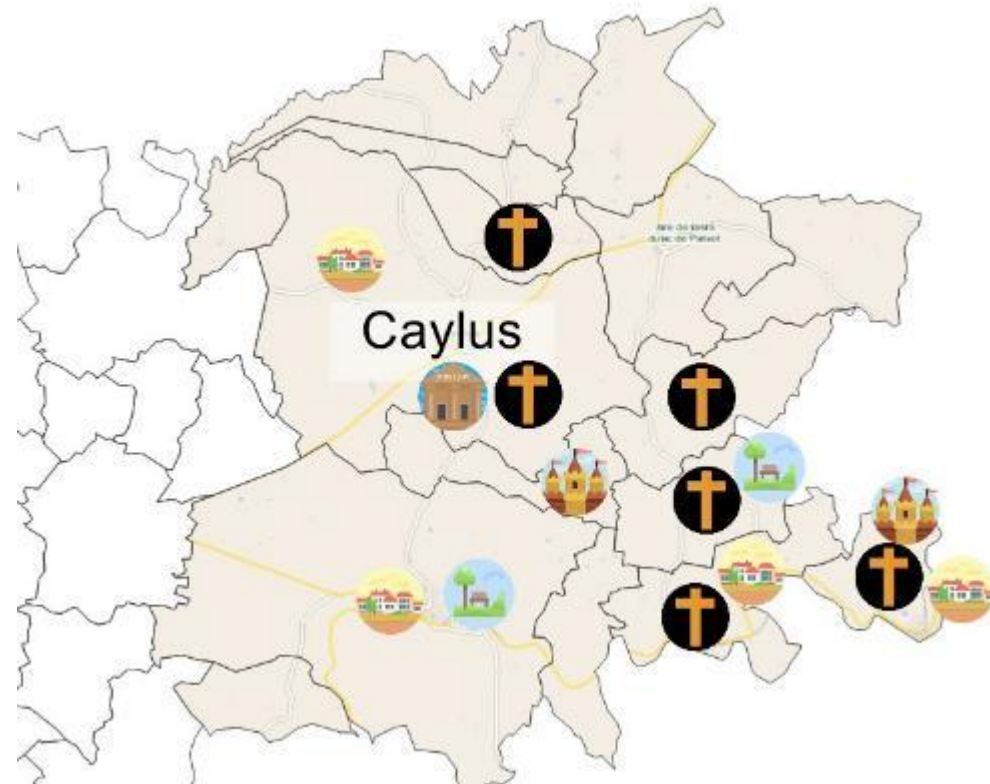


Les enjeux

Faire de la Tarn et Garonne une destination de séjour – le département est aujourd'hui un lieu de passage

Requalifier l'offre touristique – en structurant l'offre, en proposant des hébergements de meilleure qualité, etc.

Mobiliser les acteurs du tourisme autour de même valeurs – pour homogénéiser la communication



- Musées
 - Patrimoine religieux
 - Villes et villages de caractère
 - Châteaux
 - Parcs et jardins
- Autres offres transversales au territoire**
Randonnées, VTT, vélo

Carte de l'offre touristique principale du territoire du massif central de Tarn et Garonne

Sites les plus visités du département

1



Cloître de Moissac
57.134 visiteurs

2



Musée Ingres
Bourdelle -
Montauban
56.913 visiteurs

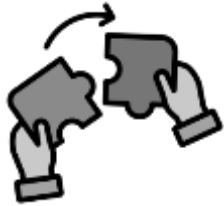
3



Châteaux de
Bruniquet
30.568 visiteurs

Etats des lieux > Tarn-et-Garonne

Echange du 24 septembre avec Richard RAMBOER, Directeur par intérim de Tarn et Garonne Tourisme



Adéquation Stratégie Territoriale – Tourisme Social et Solidaire

- Un tourisme en phase avec la fiche 14 du schéma départemental « Favoriser l'accessibilité des offres auprès de tous les publics »
- Les enjeux touristiques du Département (développement de la notoriété, politique volontariste »en Famille »...) collent bien avec ceux du TSS
- Le Département est en train d'initier parallèlement une politique d'aide au départ pour le plus défavorisés
- Une articulation qui reste à parfaire entre politiques régionale et départementales



Connaissance de l'offre TSS et de ses réalités

- Une base de données qui comporte 28 centres de vacances et 65 hébergements de groupes, peu qualifiée (la qualification de l'offre étant globalement un gros enjeu sur le département)
- Une dynamique d'échange avec les socioprofessionnels qui redémarre tout juste : peu de lien aujourd'hui avec des structures qui ont leur propre filière commerciale et des attentes spécifiques auxquels l'ADT ne répond pas encore
- Un lien qui s'est distendu par l'arrêt de la commercialisation de ces structures, qui posait quelques problèmes récurrents par ailleurs : « publics n'ayant pas les codes »



Vision générale de la situation

- Pas d'éléments factuels en la matière, ceci étant dû à un manque global de connaissance de l'offre (le Tourisme Social et Solidaire n'ayant pas été au centre des préoccupations jusqu'alors)

Etats des lieux > Tarn-et-Garonne

Echange du 24 septembre avec Richard RAMBOER, Directeur par intérim de Tarn et Garonne Tourisme



Les potentialités de développement du TSS sur le département

- L'itinérance, avec les nombreux itinéraires sur le département (Canal des Deux Mers, Canal de Garonne, St Jacques de Compostelle, route Dartagnan)
- Les Activités de Pleine Nature, axe de développement bien identifié auprès des jeunes
- Tourisme et Handicap : un gros potentiel pour les hébergements mais une carence en termes d'offres de loisirs / de visites qui n'est pas compatible en l'état



Quelques exemples représentatifs

- La base départementale de loisirs de St Nicolas de la Grave : 85 lits pour des publics diversifiées (scolaires, associations...)
- Les Jardins d'en Naoua : récents investissements qui portent leurs fruits
- La Base de Loisirs de Saint Sardos : belle dynamique autour du sport pour les jeunes

Synthèse des entretiens (hors AURA)

Le TSS, naturellement en adéquation avec les stratégies territoriales...

- De façon générale, **la notion de Tourisme Social et Solidaire s'inscrit pleinement dans les grandes orientations des territoires**, dont la stratégie s'oriente logiquement vers un tourisme responsable, durable et partagé.
- Dans ce contexte et sans surprise, **aucun territoire n'exclut, ni dans le discours ni dans les actions, le Tourisme Social Solidaire comme composante à part entière du paysage économique** et comme axe de développement potentiel.
- **Cette adéquation naturelle se traduit cependant rarement par une déclinaison politique concrète**, à l'exception de quelques territoires :
 - à l'échelle des Régions, l'Occitanie et à la Nouvelle Aquitaine affichent des initiatives volontaristes en la matière (tandis que la Bourgogne – Franche-Comté n'a pas engagé de politique dédiée)
 - à l'échelle départementale, seul l'Hérault a fait du TSS une vraie priorité (études ciblées, aides à la pierre, travail étroit entre les services sociaux et l'ADT...). Conscients des enjeux, le CDT de la Creuse est en train de s'organiser pour mieux connaître, comprendre et accompagner les structures (en nombre relativement limité) sur son territoire, et le CDT de la Lozère a développé une relation étroite avec une partie des structures dans le cadre d'une commercialisation.
- Globalement, **l'articulation des actions entre les Régions, détentrices de la compétence économique, et les Départements, détenteurs de la compétence sociale, semble perfectible**.
- Les départements disposent **rarement d'une vraie politique d'accompagnement au départ en vacances des plus modestes**, et n'ont plus la possibilité d'accompagner financièrement les investissements.

... mais faisant rarement l'objet d'une politique dédiée

Synthèse des entretiens (hors AURA)

Une offre hétérogène, peu qualifiée et relativement méconnue

- A l'exception des territoires précités, qui affichent une action volontariste en la matière et se sont donc organisés pour recenser les structures, la connaissance du parc d'hébergements et de ses réalités est moyenne, voire faible. **De façon un peu paradoxale, le parc semble parfois mieux connu à l'échelle des structures régionales (Occitanie, Nouvelle-Aquitaine) que départementales.**
- Ce constat s'explique :
 - par la **grande hétérogénéité du parc et des structures de gestion**, à mettre en perspective parallèlement avec une faible logique de qualification de l'offre
 - par des **bases de données qui ne sont pas forcément adaptées à ce segment de structures touristiques**, surtout quand elles sont renseignées en direct par les exploitants
 - par une **forte indépendance de ces structures dans leur fonctionnement et dans leurs logiques de commercialisation en particulier** (réseaux marchands spécifiques pour certaines enseignes nationales de villages vacances, ou adossés à des logiques sociales comme les colonies, les centres de vacances des CE...)
 - un **suivi « en pointillés » lié à l'absence de qualification de l'offre et au manque d'indicateurs chiffrés directement lisibles** (taux d'occupation = déclaratif dans le meilleur des cas)
 - **l'exploitation par des collectivités ou des associations qui n'ont pas toujours le réflexe de s'appuyer sur les organismes de promotion institutionnels**
- Cette méconnaissance du parc et de ses réalités peut expliquer dans le même temps l'absence de politique dédiée.
- Il existe donc **un fort enjeu de connaissance, de qualification et de suivi de l'offre**, pour que le Tourisme Social et Solidaire ne soit pas « le grand oublié » des politiques territoriales, alors qu'il correspond pleinement à leur philosophie.

Synthèse des entretiens (hors AURA)

Les enjeux identifiés

Bien que le niveau de connaissance des réalités de ce secteur d'activité soit assez variable, **un consensus se dégage sur un certain nombre d'enjeux** :

- Sur l'aspect patrimonial :
 - Des **structures vieillissantes**, qui ne sont plus en adéquation avec les attentes de la clientèle, et qui doivent par ailleurs engager de lourds investissements liés à des mises aux normes ou à des problématiques énergétiques
 - La plupart du temps, **une absence récurrente d'investissements** qui engendre des programmes de rénovation d'autant plus importants, que le modèle économique ne permet pas de financer
 - Une **faiblesse de fonds propres** qui ne permet souvent pas d'enclencher l'effet levier nécessaire pour aller chercher des subventions, par ailleurs souvent insuffisantes en l'absence de politique publique nationale d'aide à la pierre
 - « On ne pourra pas sauver tout le monde » : **certaines structures semblent condamnées par le manque d'attractivité** de leur secteur géographique
- Sur le fonctionnement :
 - Un **besoin important de professionnalisation, en matière de commercialisation** en particulier
 - Un **effet d'essoufflement de certains gestionnaires** (collectivités, associations...) avec le vieillissement des personnels
 - **« Une perte d'ADN » qui a contribué à la ringardisation de l'offre**, souvent au bénéfice de secteurs plus dynamiques comme l'hôtellerie de plein-air
 - Un **modèle économique difficile à construire** compte-tenu des tarifs modestes pratiqués, à mettre en perspective avec les investissements

Synthèse des entretiens (hors AURA)

Les potentialités de renouveau identifiées

- Une **vraie politique d'aide à la pierre, adossée au soutien des collectivités locales et des différents partenaires nationaux** (Banque des Territoires, ANCV, UNAT ...) et privés (mécènes, grandes entreprises, Essentiem...)
- **Le Tourisme Social et Solidaire constitue une réponse naturelle à des enjeux de société majeurs** : mixité et « vivre ensemble », sensibilisation à l'environnement, sport, vacances pour tous, séjours « décarbonés » en proximité, qui légitimerait cette politique globale et volontariste
- Un **schéma d'accompagnement structuré** permettant une meilleure articulation des actions entre Régions (compétence économique et transports) et Départements (compétence sociale)
- Une **implication forte des ADT – CDT / CRT** pour accompagner la professionnalisation des différents acteurs
- La modernisation des structures autour de thématiques ciblées :
 - Le développement du label **Tourisme et Handicap**, avec un nombre de structures adaptées notoirement insuffisant
 - Le **sport et les Activités de Pleine Nature**, avec une réflexion intégrant les Fédérations Sportives dans le prolongement de l'effet « Jeux Olympiques »
 - L'**itinérance**, en particulier sur certains territoires pour lesquels l'enjeu est majeur et qui manquent de structures adaptées (accueil à la nuitée, Accueil Vélo, randonnée...)
- Le conditionnement d'une aide à la **définition préalable d'un modèle économique viable** (avec une réflexion sur l'intégration éventuelle de services à la population locale) , qui fasse par ailleurs l'objet d'un suivi dans le temps pour que tous les enseignements puissent être tirés
- Une meilleure qualification de l'offre, permettant **un suivi plus régulier sur le terrain et l'amélioration de la visibilité et de l'image de ces établissements**



5. Attentes des clientèles

Attentes des clientèles > Grands témoins

12 entretiens grand témoins réalisés :

Secteur Jeunes

Sebastien Heude
 Patrick Drouet
 Pascal Dumora

UCPA
 Temps Jeunes
 Altia Club Aladin
 OVLEJ

Secteur Individuels

Nicolas Braymant
 Christian Biancaniello
 Axel Pénin

Ancien Vacancéole
 Clévacances France
 Huttopia

Secteur Groupes

Benjamin Boutan
 Cedric Le Guellec
 Patrice Cochet

Detectour
 Isula
 VTF

Secteur MICE

Arnaud Combes

GL events

Vision transversale

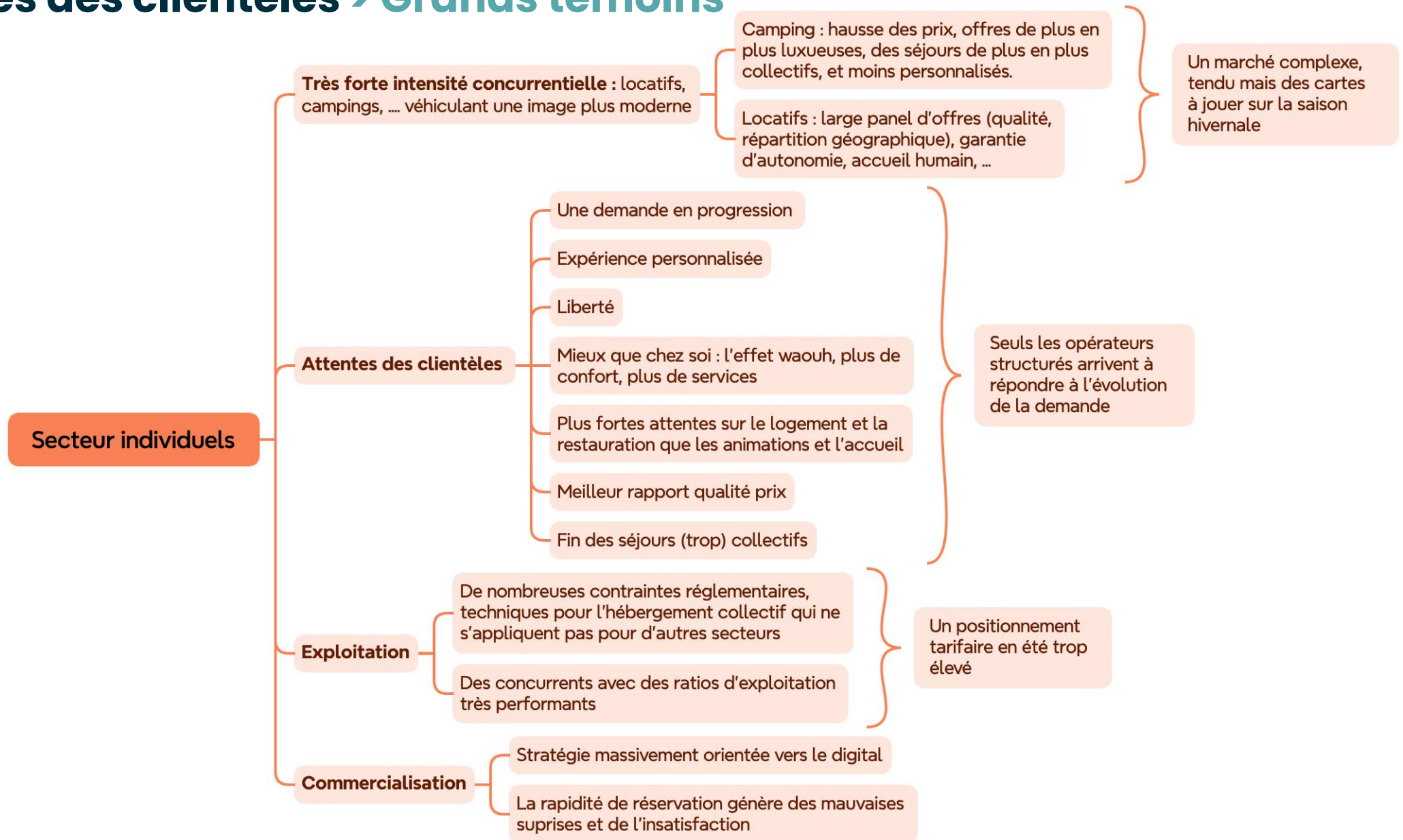
Franck Noël
 Laurent Lanier

Vacances Bleues
 AEC

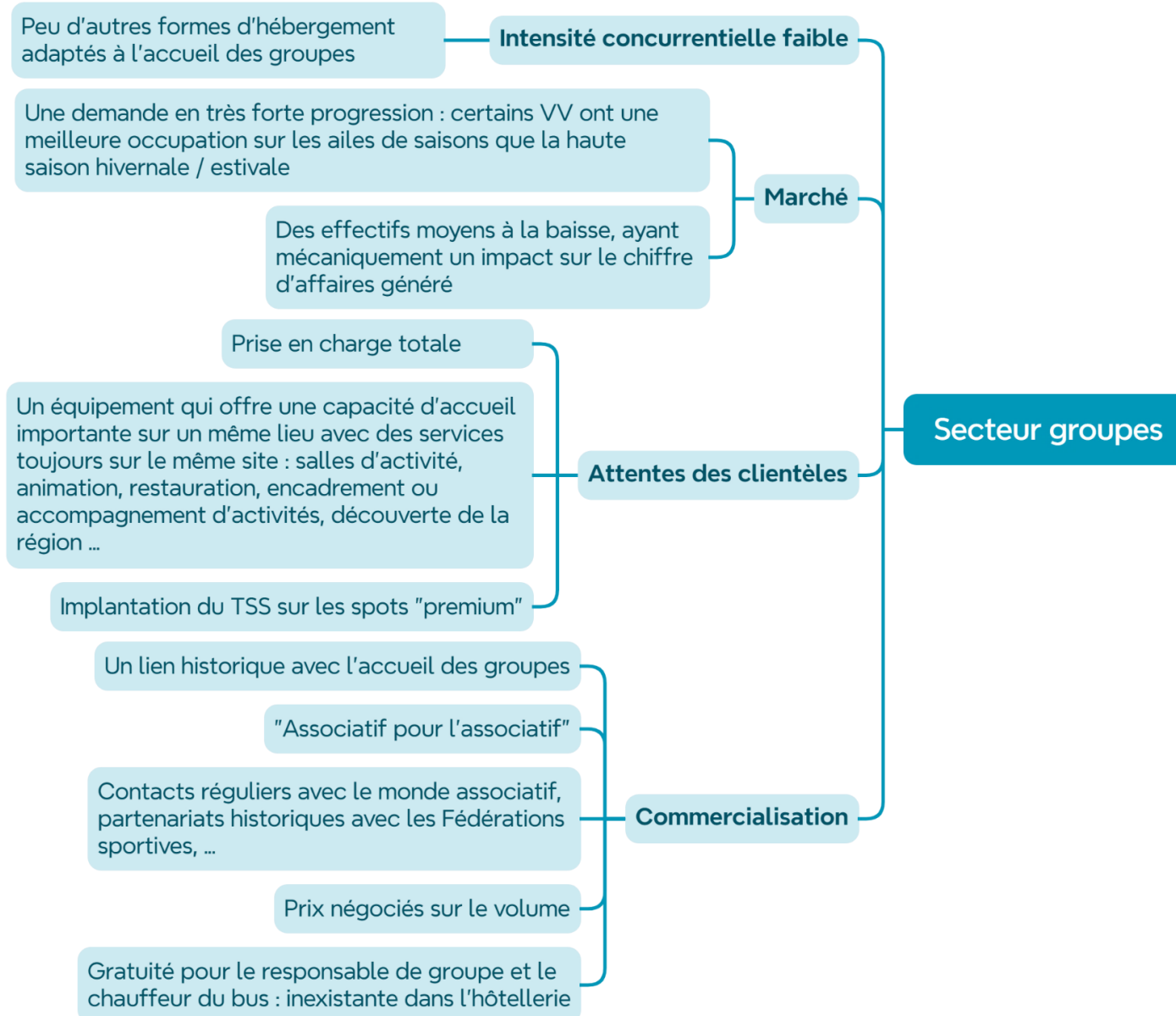
Attentes des clientèles > Grands témoins



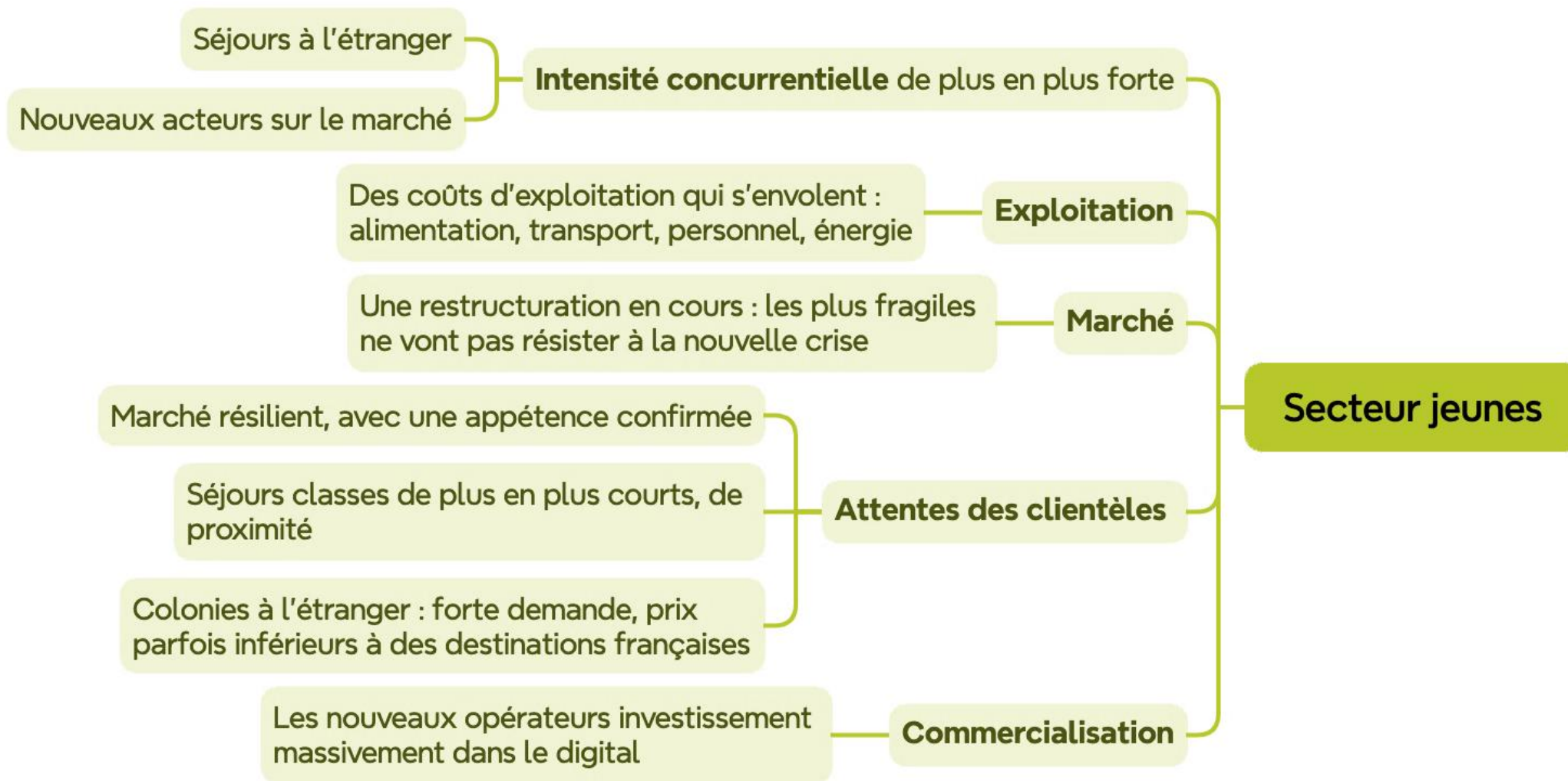
Attentes des clientèles > Grands témoins



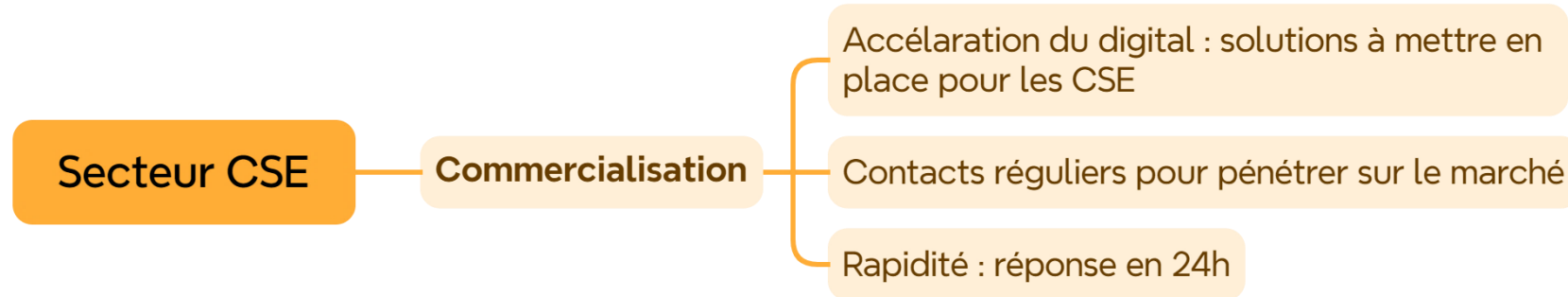
Attentes des clientèles > Grands témoins



Attentes des clientèles > Grands témoins



Attentes des clientèles > Grands témoins





6. Conclusions

Conclusions

FORCES

Un parc encore important autour des villages et centres de vacances, représentant ensemble 68 % des lits – un socle cohérent et identifiable, même si la montée en qualité est inégale.

→ Pyrénées : même structuration, avec une part légèrement plus importante des centres de vacances.

Qualité perçue élevée : note moyenne de 8/10 attribuée par les opérateurs, avec 63 % des structures visibles obtenant 4,5/5 sur Google, soit +0,4 à +0,8 point par rapport aux Pyrénées sur les plateformes d'avis.

→ Indicateur positif de satisfaction client, malgré l'ancienneté du bâti.

Maillage territorial pertinent, grâce à une forte présence de gîtes de groupes et d'étapes, notamment dans les zones de moyenne montagne peu fréquentées (soutien à l'itinérance).

→ Favorise l'itinérance douce, avec un potentiel aussi pertinent que dans les Pyrénées.

Présence forte des collectivités propriétaires (67 % des gestions déléguées), favorisant le maintien d'une offre sociale, même dans des secteurs peu rentables.

→ Mais gestion souvent déléguée à des structures associatives ou privées.

Diversité des statuts d'opérateurs (indépendants, réseaux, collectivités, groupes nationaux), permettant une certaine souplesse stratégique et des approches différenciées.

→ Les indépendants gèrent une part significative du parc (45 % des structures), souvent avec une bonne connaissance du terrain.

FAIBLESSES

Parc très ancien : 89 % des lits construits avant 1990, avec un pic de construction dans les années 60 – encore plus ancien que dans les Pyrénées.

→ Cela implique des besoins lourds en rénovation, souvent différés.

Sous-investissement chronique : 1.572 €/lit en 10 ans, très inférieur aux seuils de santé patrimoniale (5.000 à 7.000 €/lit).

→ Pyrénées : 2.718 €/lit en moyenne – donc un écart préoccupant.

Faible recours aux subventions dans les projections à venir, compensé par un recours accru à l'emprunt (41 % des financements projetés).

→ Risque de fragilisation économique, en particulier pour les opérateurs associatifs.

Montée en gamme très inégale : seuls quelques centres ont investi massivement, alors que les villages de vacances restent à la traîne (85 % des dépenses dédiées à la mise aux normes).

→ Pyrénées : progression plus homogène mais toujours partielle.

Faible professionnalisation de la fonction commerciale : les démarches de promotion reposent souvent sur des pratiques empiriques, peu structurées, avec une grande hétérogénéité selon les typologies.

→ Les gîtes de groupe, notamment, ont une approche peu professionnalisée ; seuls les villages de vacances utilisent les OTA. Cette faiblesse structurelle pèse sur la visibilité de l'offre et la conquête de nouvelles clientèles.

Insatisfaction marquée sur la fréquentation estivale malgré une offre positionnée sur le "tourisme pour tous".

→ Une situation similaire dans les Pyrénées, mais moins marquée l'été.

Conclusions

OPPORTUNITÉS

Des passerelles possibles avec les thématiques prioritaires des politiques régionales

→ *Tourisme durable, mixité sociale, itinérance*

Valorisation possible de l'itinérance douce, avec un parc structuré (gîtes, refuges, accueils à la nuitée) et des territoires à forte demande (PNR, GR, véloroutes...).

→ *Similaire au modèle pyrénéen mais avec plus de potentiel dans les sites de moyenne montagne peu fréquentés.*

Montée en puissance des attentes sociétales autour de la décarbonation, les vacances de proximité, de l'éthique, du handicap, de la pédagogie.

→ *Des thématiques pleinement en phase avec le TSS, même levier dans les Pyrénées mais ici souvent appuyé par les schémas régionaux*

Retour de la notion de "vacances essentielles", notamment pour les jeunes, les familles précaires et les publics en situation de fragilité sociale.

→ *Des arguments forts dans un discours de relégitimassions du TSS.*

Réorientation possible des politiques publiques sur la réhabilitation du patrimoine existant, notamment si montée en gamme + positionnement "camp de base nature" sont valorisés.

→ *Inspiré du plan d'action Pyrénées.*

MENACES

Modèle économique fragilisé : les charges augmentent (énergie, matières premières, masse salariale) avec une faible marge de manœuvre sur les prix.

→ *Massif central : +17 % d'opérateurs en difficulté sur la capacité à financer leurs projets, soit +9 pts vs Pyrénées.*

Propriétaires publics souvent désengagés, laissant aux gestionnaires la quasi-totalité du portage des travaux (jusqu'à 99 % pour la montée en gamme). Des bailleurs peu enclins à réinvestir.

→ *Une situation plus déséquilibrée que dans les Pyrénées.*

Risque important de non-renouvellement des conventions de gestion : 33 % des structures concernées, contre 17 % dans les Pyrénées.

→ *Un point d'alerte fort sur la pérennité de l'offre.*

Image vieillissante et offre jugée "hors marché" par les clientèles urbaines ou jeunes.

→ *La concurrence du camping ou des nouvelles offres hybrides (glamping, hostels, ...) accentue la perception de ringardisation.*

Méconnaissance persistante du secteur par les institutionnels, sauf dans quelques départements moteurs (Hérault, Lozère, Corrèze...).

→ *Difficulté à intégrer l'offre dans les bases de données touristiques et dans les politiques publiques.*

Facteurs externes aggravants : hausse des coûts énergétiques (impact majeur pour 85 % des répondants), difficultés de recrutement, fiscalité locale (CFE, taxe foncière).

→ *Autant d'éléments structurellement défavorables au maintien du modèle TSS classique. Une tendance aussi visible dans les Pyrénées mais ici amplifiée par un parc plus vétuste.*

Conclusions

- Un parc structurant autour des **villages et centres de vacances** (51% des lits), complétés par un réseau de gîtes de groupes et d'étape assurant le maillage territorial
- **Une concentration géographique marquée** : Puy-de-Dôme (16 % des lits) comme pôle majeur grâce à la double saisonnalité du Sancy, suivi par l'Aveyron (15 %) et la Corrèze (13 %)
- **Des capacités d'accueil contrastées** : grands villages de vacances en montagne (ex. Cantal, Haute-Loire), tandis que les centres de vacances restent de taille homogène (110 lits en moyenne)
- **Des performances hétérogènes** : les établissements de taille intermédiaire (120-180 lits) obtiennent les meilleurs taux de remplissage, soulignant un bon équilibre entre capacité, implantation et moyens de commercialisation.
- **Une situation économique en transition** : le chiffre d'affaires global retrouve son niveau d'avant-Covid, mais la reprise est inégale selon les territoires (forte dynamique dans le Puy-de-Dôme, recul marqué en Aveyron en 2023).
- **Des besoins forts de modernisation d'un patrimoine vieillissant** : investissements réalisés restent très inférieurs aux seuils de santé patrimoniale (5.000-7.000 €/lit). Cela expose à une perte de compétitivité et de conformité technique, et même des fermetures d'établissements.
- **Assurer la soutenabilité financière** : 45 % des opérateurs expriment de difficultés importantes sur leur capacité à financer les travaux futurs, et 39% rencontrent déjà des difficultés importantes. Le recours croissant à l'emprunt accroît la vulnérabilité du secteur.
- **Adapter l'offre aux nouvelles attentes** : renforcer l'attractivité par la modernisation des équipements, l'intégration des enjeux de transition écologique et l'évolution vers une offre plus flexible et mieux positionnée sur le marché.
- **Renforcer la professionnalisation de la commercialisation** : structurer les démarches de promotion et de distribution, encore très hétérogènes, pour élargir les clientèles et stabiliser les taux de remplissage.

La consolidation des données confirme les conclusions de l'étude Massif Central hors AURA, mais montre que la dynamique est plus marquée en AURA (notamment sur le Sancy) et que la situation y apparaît globalement moins préoccupante.



7. Pistes d'actions

AXE 1 – Mieux connaître, reconnaître et piloter

Constat : L'offre du TSS est aujourd'hui difficile à appréhender dans sa globalité, du fait de **l'absence d'un recensement structuré**, de la grande **diversité des statuts juridiques et des modèles de gestion**, et d'un manque d'intégration dans les bases de données touristiques et les outils d'observation territoriale. Cette fragmentation nuit à la lisibilité du secteur, à son pilotage stratégique et à la reconnaissance de son rôle par les institutions touristiques locales et régionales. Par ailleurs, la coordination entre les différents niveaux territoriaux reste insuffisante, empêchant une approche concertée et lisible.

Actions clés :

- Lancement d'un **recensement structuré** de l'ensemble des structures TSS du territoire (typologie, statut, capacité, état du bâti) avec intégration systématique dans les outils d'observation régionaux (SIT, observatoires CDT, CRT).
- Structuration et valorisation de ce recensement au sein d'un **référentiel partagé** entre partenaires institutionnels (UNAT, ADT, CRT, DREETS...), intégrant des données quantitatives (capacités, statuts, vétusté) et qualitatives (valeurs, niveaux de service, engagement social), afin de produire une vision consolidée, comparable, évolutive et exploitable à l'échelle massif.
- Organisation d'une **gouvernance inter-institutionnelle** (ANCT, Régions, Départements, autres services de l'État, Banque des Territoires) pour engager une stratégie coordonnée de soutien au secteur.

 **Recensement structuré**

 **Référentiel partagé**

 **Gouvernance inter-institutionnelle**

AXE 2 – Rénover, sécuriser et maintenir les capacités d'accueil

Constat : Le **parc d'hébergements TSS du Massif central est très ancien**, avec plus de 89 % des lits construits avant 1990. Il est **structurellement sous-investi** : les dépenses constatées en travaux de modernisation sont très inférieures aux seuils de santé patrimoniale recommandés. De nombreux établissements peinent à faire face aux exigences croissantes de mise aux normes (accessibilité, sécurité, transition écologique, etc.), tandis que leur modèle économique, reposant sur des tarifs sociaux et une fréquentation saisonnière, reste trop fragile pour générer l'autofinancement nécessaire aux rénovations. Ces enjeux sont d'autant plus préoccupants que **certains propriétaires publics ne sont pas en mesure de réinvestir dans leur parc**, et que les **perspectives de renouvellement des conventions de gestion sont incertaines** dans un tiers des cas.

Actions clés :

- Mise en place d'un **outil d'aide à la décision à destination des collectivités propriétaires**, permettant d'évaluer la situation patrimoniale, financière et stratégique de leur équipement, et les solutions à mettre en place au cas par cas.
- Création d'un **dispositif d'accompagnement à la rénovation du parc TSS**, comprenant une ingénierie adaptée à chaque étape du projet (diagnostics, étude de faisabilité, expertise technique, assistance au montage financier), un appui à la mobilisation des financements publics/privés, ainsi qu'un accompagnement aux démarches administratives et de mise en conformité.
- Mise en place d'un **guichet unique** « Aide à la pierre » à l'échelle inter-départementale.
- Création d'outils **de portage foncier** dédiée au TSS pour intervenir sur les sites en tension (risque de fermeture, portage foncier temporaire ou à long terme, requalification).

 **Outils d'aide à la décision pour les collectivités**

 **Dispositif d'accompagnement à la rénovation**

 **Guichet unique « aide à la pierre »**

 **Cellule d'appui foncier**

AXE 3 – Repenser l'offre pour mieux répondre aux clientèles d'aujourd'hui

Constat : Une part importante des établissements du TSS souffre d'une **inadéquation avec les attentes des clientèles actuelles** : confort insuffisant, manque de modernisation, positionnements peu lisibles. Seuls 15 % des répondants déclarent avoir investi dans la montée en gamme sur les 10 dernières années. Ces insuffisances affectent l'attractivité hors saison et la capacité à séduire de nouvelles clientèles.

Actions clés :

- Accompagnement à la **requalification des produits** à destination de publics prioritaires :
 - Itinérants (services à la nuitée, sentiers, Accueil Vélo, randonneurs, ...)
 - Familles précaires et jeunes publics (séjours pédagogiques, appui transport)
 - Personnes en situation de handicap (adaptation, label, formation)
- Élaboration d'un **référentiel « camp de base »** des structures du TSS en Massif central attestant de leur positionnement dédié à l'accueil de séjours multi-activités (nature, culture, sport, détente).
- Développement de **formats courts** thématiques (18-25 ans, inclusion par le sport, séjours éco-éducatifs, séjours prévention sport-santé).
- Soutien à la **montée en qualité** des services (accueil, restauration, animations, médiation).



Requalification des produits



Charte de positionnement



Séjours courts thématiques



Soutien à la montée en qualité

AXE 4 – Consolider les modèles économiques et renforcer les compétences

Constat : Les structures TSS du Massif central souffrent d'un **modèle économique fragile**, pénalisé par une **forte saisonnalité**, des marges faibles, une **faible professionnalisation de la commercialisation**, et une présence numérique encore trop limitée.

À cela s'ajoutent des **difficultés croissantes de gouvernance**, notamment dans les structures associatives : la **précarité de l'engagement bénévole**, la **complexité du renouvellement des conseils d'administration** et le **glissement des responsabilités vers les salariés** remettent en cause l'équilibre du modèle historique, fondé sur une répartition claire des rôles entre administrateurs et exécutifs. Ces tensions freinent la capacité à recruter, piloter et projeter des transformations stratégiques à moyen terme.

Actions clés :

- Mise en place d'un **parcours de formation mutualisé** (UNAT et partenaires institutionnels) : tarification, mise en marché, e-réputation, utilisation des IA, fidélisation, coûts de revient.
- Lancement d'une réflexion sur la création d'un pôle ressources pour la **mutualisation de fonctions supports** (SCIC, coopératives, groupements d'employeurs) dont le périmètre d'intervention sera à définir collectivement.
- Accompagnement individualisé des structures à la **définition de leur modèle économique cible** (typologie, saisonnalité, équilibre social/économique, amortissement).
- **Soutien au renouvellement et à la professionnalisation des instances de gouvernance, via des outils adaptés** (diagnostic, formation, évolution statutaire) pour accompagner les transitions au sein des associations gestionnaires.
- Mobilisation de **partenaires privés à impact** (RSE, fondations, mécènes) pour soutenir les projets structurants.



Parcours de formation mutualisé



Mutualisation de fonctions supports



Modèle économique cible



Soutien au renouvellement des instances de gouvernance



ACCOMPAGNER, TRANSFORMER, DÉVELOPPER AVEC SENS

Toute réutilisation ou valorisation des données de cette étude devra mentionner la participation de l'État (avec les logos du Ministère de la Cohésion des Territoires et des Relations avec les Collectivités Territoriales), l'UNAT Occitanie en tant que porteur du projet pour le compte des UNAT Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes et Bourgogne-Franche-Comté, ainsi que le cabinet BR Conseil, auteur de l'étude.

VOS CONTACTS I UNAT OCCITANIE

LAURENT ORLAY

06 14 18 19 03
l.orlay@unat.asso.fr

LUCAS MARTINEZ

05 32 26 26 76
l.martinez@unat.asso.fr

VOTRE CONTACT I JEAN-PHILIPPE BOSSE

06 30 58 20 82
jph.bosse@brconseil.org

VOTRE CONTACT I KELLY DE BEST

06 88 32 05 98
kelly.debest@brconseil.org