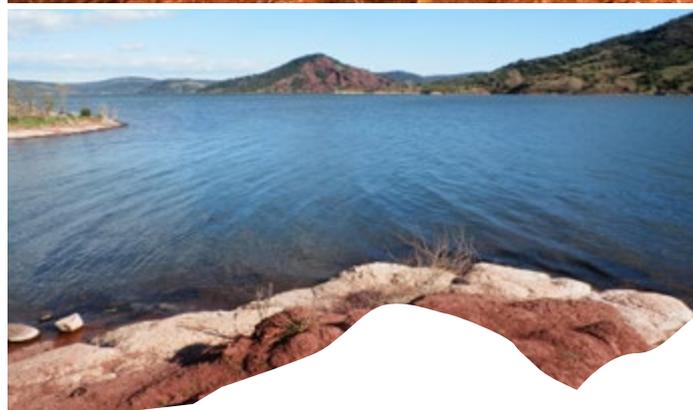


Stratégie marketing et structuration de l'accueil

DU PÔLE NATURE

SALAGOU

Document synthétique
de présentation
Janvier 2020



LES PÔLES 'NATURE', UNE PRIORITÉ DÉPARTEMENTALE

Lancé en 2018, le Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs de l'Hérault a inscrit dans ses priorités le repositionnement des loisirs nature en 'tourisme d'aventure'. S'appuyant sur des atouts géographiques et climatiques, le leadership de l'Hérault dans le domaine des loisirs de nature est ancien et ancré. Au travers du schéma touristique 2018 – 2021, plusieurs ambitions sont portées par le département, et notamment celles de :

- **Consolider** les valeurs de la destination pour gagner des parts de marché dans la compétition des destinations méditerranéennes ;
- **Engager** une démarche de pôles « nature » sur les sites ;
- **S'affirmer** comme la première destination 'Grands Sites' en France.

LE LAC DU SALAGOU ET LE CIRQUE DE MOURÈZE, UN SITE EXCEPTIONNEL CANDIDAT AU LABEL GRAND SITE DE FRANCE

Localisé dans l'Hérault, à 40 km de Montpellier, le Grand Site Salagou - Cirque de Mourèze couvre plus de 10 000 hectares, répartis sur 3 Communautés de communes (la Communauté de communes du Clermontois, la Communauté de communes du Lodévois et Larzac et la Communauté de communes du Grand Orb). La vallée du Salagou et le cirque de Mourèze constituent un ensemble paysager exceptionnel : la variété des témoins géologiques (ruffe, basalte, dolomie), l'intimité préservée du parcellaire agricole et bien sur la présence depuis 50 ans du plan d'eau. Le territoire est classé depuis 2003 au titre de la loi « paysage » du 2 mai 1930. Offrant une biodiversité remarquable, notamment par la présence d'une vingtaine d'oiseaux menacés à l'échelle européenne, la vallée du Salagou et le Cirque de Mourèze appartiennent également au Réseau Natura 2000.

Depuis sa création en 2005, le Syndicat mixte a pour ambition de donner à tous les moyens de mieux comprendre les enjeux d'un site protégé et de trouver les outils permettant une cohabitation harmonieuse entre les différents usages du Grand Site. Il porte actuellement la candidature au label Grand Site de France. Le Syndicat mixte est composé du Conseil départemental et des 3 Communautés de communes.

UN TERRITOIRE UNIQUE POUR LA PRATIQUE DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

Avec près de 400 000 visiteurs chaque année, le territoire est très fréquenté, notamment en période estivale. Les activités de pleine-nature constituent l'un des motifs de visites du territoire. Le site est particulièrement apprécié pour les activités nautiques et aquatiques (canoé, paddle, voile, kitesurf, pêche,...). La pratique du VTT bénéficie également d'une notoriété nationale, voire internationale et la randonnée (pédestre / équestre) est également largement développée. L'escalade ou encore le vol libre sont pratiqués sur le secteur du Vissou. Plus généralement, le site accueille de très nombreux événements toute l'année.

UNE STRATÉGIE MARKETING ET D'ACCUEIL DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE (APN)

Dans le cadre de la structuration des pôles nature à l'échelle départementale et en prévision de la candidature au label Grand Site de France, Hérault Tourisme et le Syndicat Mixte du Grand Site Salagou Cirque de Mourèze ont structuré une stratégie marketing et d'accueil des activités de pleine nature. Cette stratégie a pour objectif de définir un cadre pour la valorisation et la promotion des APN à l'échelle du Grand Site et définir les modalités d'accueil touristique des APN sur les différents sites et espaces du territoire.

Cette démarche de structuration de l'accueil touristique dédié aux activités de pleine nature s'inscrit dans la carte des vocations définie par les acteurs du territoire. Cette dernière identifie plusieurs types de vocation dans les espaces du Grand Site :

- **les pôles d'accueil** (aménagés pour tous) que sont les Rives de Clermont l'Hérault, les Rives des Vailhès et le site de Mourèze
- **les espaces de convivialité**, équipés en saison (4 pôles : Mas de Riri / Plage de Liausson / Wind 34 / Relais d'Octon)
- **les espaces naturels**, non équipés, sur les rives du lac et sur une partie de Mourèze
- **les espaces agricoles**
- **les lieux de vie** : les villages

Cette stratégie a été élaborée par l'entreprise Atemia, en concertation avec les acteurs du territoire entre mars et novembre 2019. Sur la base d'une analyse des forces et des faiblesses, une ambition partagée a été construite et 13 actions planifiées à l'horizon 2026.



LES PRINCIPALES FORCES RELATIVES AUX ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE SUR LE TERRITOIRE

- #1 Un territoire ouvert et facilement accessible depuis les grandes agglomérations de proximité
- #2 Un site géré et des patrimoines exceptionnels offrant une qualité paysagère remarquable
- #3 Un espace de pratique particulièrement adapté à la découverte de la multi-activité pour les débutants
- #4 Un espace praticable à l'année, particulièrement agréable en arrière-saison
- #5 Des activités nautiques, véritable moteur de la fréquentation du site
- #6 Des pratiques affinitaires contribuant à la notoriété du site : VTT / Randonnée / Pêche / Trail
- #7 Une offre événementielle riche, apportant une visibilité importante du site
- #8 Un grand nombre de professionnels compétents et impliqués, présents sur l'ensemble du site (et souvent au-delà...) et valorisés par les OT



LES PRINCIPALES FAIBLESSES RELATIVES AUX ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE SUR LE TERRITOIRE

- #1 Un territoire de « frontière » induisant une organisation spatiale complexe (plusieurs portes d'entrée) et une lecture délicate du site (plusieurs identités : lac, Mourèze, haute vallée, Vissou...)
- #2 Des aménagements et services de bases insuffisants pour prétendre à un accueil de qualité (sanitaire, parking,...)
- #3 Une communication / promotion hétérogène et non-concertée des APN à l'échelle des acteurs touristiques
- #4 Une segmentation des clientèles à améliorer pour affiner le discours de promotion (touriste / affinitaire)
- #5 Une valorisation limitée des APN comme moyen de découverte de la richesse du site
- #6 Des professionnels APN peu structurés en réseau
- #7 Une difficulté de la part de certains prestataires (ponctuels) à intégrer le cadre réglementaire pour exercer leur activité
- #8 Une offre APN matérialisée par des offres de réservation "sèche" (peu de produits / peu d'offre de découverte)
- #9 Une offre APN, rarement technique, limitant l'intérêt pour certains pratiquants affinitaires (VTT / Trail)
- #10 Une forte fréquentation sur certaines temporalités / sites
- #11 Une politique événementielle sans réelles lignes conductrices pour garantir l'intégrité du site et le respect des lieux.
- #12 Une offre touristique pas toujours structurée, un déficit d'hébergement de groupe et de restauration hors saison.

UNE AMBITION STRATÉGIQUE À 5 ANS

« Faire de la filière « Activités de pleine nature » un moteur de l'économie touristique et un outil au service de la valorisation des richesses du Grand Site. »

À travers cette ambition, les acteurs du territoire soulignent et prennent acte du lien fort entre la pratique des activités de pleine nature et la logique de découverte / préservation des patrimoines naturels, culturels, paysagers.

Le Grand Site n'est ainsi pas perçu comme un « terrain de jeu », mais comme un espace singulier, remarquable et fragile, offrant un cadre unique pour la pratique raisonnée des activités de pleine nature. À l'échelle du Grand Site, la pratique des activités de pleine nature ne doit pas être une fin en soi, mais un moyen de mieux

percevoir et comprendre la richesse du site. Ainsi, les activités de pleine nature ont vocation à consolider l'économie locale (encadrement des activités, location de matériels, hébergement / restauration, valorisation des produits du terroir) tout en devenant un outil au service de la valorisation des richesses du Grand Site via la sensibilisation des pratiquants, le respect de la réglementation, la contribution des socio-professionnels aux objectifs de conservation, le développement de pratiques exemplaires.

LES CLIENTÈLES CIBLES (NON HIÉRARCHISÉES)



Les « **farniente** », à la recherche d'une activité sans contrainte, facile, ludique et rafraîchissante. Ces clientèles pratiquent peu les activités de pleine nature. Cette cible représente un potentiel particulièrement important à la fois pour le développement d'offres et de produits encadrés, mais également pour la sensibilisation et la meilleure compréhension des enjeux naturels et paysagés du site.



Les « **épiqueuriens actifs** », à la recherche d'un mix d'activités de pleine nature, faciles et originales leurs permettant de comprendre, découvrir et goûter aux richesses du territoire. Cette clientèle est la plus réceptive au positionnement préconisé. Elle constitue le cœur de cible d'un point de vue stratégique. Il s'agit d'une clientèle exigeante à la fois dans la qualité des offres APN, mais également dans le contenu et les outils pédagogiques liés aux patrimoines.



Les **micro-aventuriers** à la recherche d'un « voyage » proche de la maison. Urbains sportifs et semi-autonomes, ils sont guidés par des activités ou des périodes de pratiques insolites et originales (la nuit, au coucher du soleil, en itinérance...). En provenance des agglomérations proches, ils ont capacité à revenir fréquemment sur le site en fonction des suggestions de micro-aventure de sa communauté.



Les **petits groupes** constitués, en demande d'activités encadrées. Cette clientèle, très diverse, est principalement originaire du bassin local / départemental (affaires, associations, groupes d'amis, curistes aux thermes d'Avène et de Lamalou-les-Bains, classes de jeunes...). Cette clientèle est une cible prioritaire pour les professionnels de l'encadrement.



Les « **affinitaires** » à la recherche de sites de pratique de qualité et relativement technique. Cette clientèle de sportifs est généralement autonome et fonctionne en communauté. Ces passionnés, viennent principalement hors saison estivales et/ou dans le cadre des événements organisés sur le territoire. Ils sont un vecteur d'image et de notoriété majeurs pour les activités de pleine nature du site (notamment pour le VTT et le trail).

UN PLAN D'ACTION 2020-2026

De manière à atteindre l'ambition, **4 AXES** stratégiques et **13 ACTIONS** opérationnelles ont été déterminés. Cette programmation s'appuie sur l'existant tout en apportant un nouveau regard sur l'organisation des acteurs, l'évolution des pratiques et la structuration des pôles d'accueil.

AXE #1 STRATÉGIE CONCERTÉE D'AMÉNAGEMENT ET D'ACCUEIL

Les actions en matière d'aménagement sont en lien avec la carte des vocations et doivent être intégrées dans les réflexions en cours et à venir sur la requalification des pôles. Ces actions doivent permettre de garantir la valorisation des APN comme un moyen prioritaire de découverte des richesses patrimoniales depuis les lieux d'accueil.

Action #1.1 *Créer des zones d'information et d'accueil des pratiquants APN au sein des projets d'aménagement des bases et maisons de site.*

Dans le cadre des programmes de requalification (en cours et à venir), il convient d'anticiper l'aménagement de zones d'information et d'accueils des pratiquants d'activité de pleine nature. Ces zones devront notamment intégrer les informations sur les sites et itinéraires, sur les règles de sécurité, sur la réglementation spécifique du site ou encore sur les richesses patrimoniales rencontrées. La mise à disposition de services spécifiques doit également s'anticiper dans les aménagements (ex. stationnement vélo, kit de réparation, sanitaire, douche,...).

Action #1.2 *Élaborer un diagnostic technique des sites et itinéraires sur le territoire du Grand Site.*

Les sites et itinéraires du territoire sont déjà opérationnels grâce au travail des Communautés de Communes et du Département. Cette action vise renforcer la cohérence globale et à garantir la qualité des sites et itinéraires via une vigilance renforcée (ex. balisage, entretien,...) sur les principaux espaces de pratique.

AXE #2 STRATÉGIE DE MANAGEMENT ET DE GOUVERNANCE

L'organisation et la mobilisation des acteurs du territoire dans un projet commun partagé est l'un des enjeux majeurs de la stratégie marketing et d'accueil des activités de pleine nature. Différentes actions en matière de pilotage, d'animation et de suivis sont planifiées afin de garantir des évolutions rapides, efficaces et cohérentes.

Action #2.1 *Définir un coordinateur de la démarche APN à l'échelle du Grand Site.*

La coordination de la démarche APN s'envisage en deux temps : une phase de transition sur l'année 2020 avec une animation portée par Hérault Tourisme, puis la création d'un poste d'animateur à partir de 2021. En fonction de l'avancée des pôles nature et des politiques APN des territoires voisins, ce poste d'animateur doit s'envisager de façon mutualisée entre les acteurs du secteur.

Action #2.2 *Créer, formaliser et animer un « Conseil des Pros ».*

Ce conseil a vocation à réunir de façon régulière, sur la base du volontariat, les différents socio-professionnels du secteur impliqués dans le développement des activités de pleine nature sur le Grand Site. Ce conseil aura pour vocation de co-construire les différentes actions (marketing notamment), à faire émerger des besoins (notamment en lien avec la question de l'hébergement et de la requalification des bases) et à permettre de mieux comprendre les attentes des acteurs.

Action #2.3 *Élaborer un cahier des charges permettant d'encadrer le développement des APN.*

En concertation avec les différents acteurs du territoire et des activités de pleine nature, il convient d'identifier les critères permettant de définir les conditions de création, d'exploitation, de développement des activités et événements de pleine nature sur le Grand Site. Ce cahier des charges devra notamment être construit sur la base de la réglementation actuelle et de la carte des vocations. Un cadrage annuel sur la temporalité, la fréquence et la jauge des événements devra également être prévu et associé au cahier des charges.

Action #2.4 *Renforcer le rôle de la Commission des porteurs de projets (installation et événement)*

En lien direct avec la structuration du cahier des charges, il convient de pérenniser et de structurer le rôle de la Commission des porteurs de projets via l'adaptation du nombre de session de la commission (fonction des appels à projet et des réalités des demandes) et via la formalisation d'un processus organisationnel (quelles étapes en amont d'une commission des porteurs de projet).

Action #2.5 *Pérenniser la « patrouille Grand Site ».*

La patrouille du Grand Site est d'ores et déjà opérationnelle. La présente stratégie souligne la pertinence de conserver et de pérenniser cet outil de contrôle et de sensibilisation en orientant son intervention sur certains secteurs ou pratiques APN nécessitant une vigilance renforcée.

AXE #3 STRATÉGIE MARKETING COMMUNE

Au-delà de la gouvernance, la valorisation et la communication autour des activités de pleine nature est un sujet central mobilisant l'ensemble des acteurs publics ou privés du Grand Site. L'ambition de l'axe 3 est de construire un discours commun en cohérence avec le positionnement afin de mieux valoriser les différentes activités de pleine nature du territoire.

Axe #3.1 Concevoir un livret reprenant les éléments de langage communs

De manière à garantir l'utilisation d'une charte éditoriale homogène lors de la valorisation des activités de pleine nature sur le Grand Site, il convient de produire un guide détaillant les différents thèmes, messages et éléments de langage pour communiquer. Cet outil est à construire dans la même logique que celui du Cirque de Navacelles.

Axe #3.2 Créer une photothèque/vidéothèque commune pour le pôle Nature

En complément du guide de communication, il convient de créer une base commune et partagée de photos et vidéos permettant de valoriser les activités de pleine nature sur le Grand Site. Cette base devra s'appuyer sur le tri et la hiérarchisation des ressources existantes. En fonction des besoins, des campagnes de prises de vue complémentaires devront être réalisées.

Axe #3.3 Élaborer un guide pratique des APN à l'échelle du GS à destination des clientèles touristiques.

A ce jour il n'existe pas de document ressource permettant de regrouper et de valoriser l'ensemble des activités de pleine nature sur le périmètre du Grand Site. Les clientèles doivent consulter les outils développés par les 3 communautés de communes portant la compétence tourisme. Cette action vise, en étroite collaboration avec les Offices du Tourisme, à élaborer un document centralisant et valorisant toutes les offres de pratiques et les prestataires exerçant sur le périmètre du Grand Site.

Axe #3.4 Améliorer la visibilité des offres APN ayant une vocation pédagogique au sein des maisons de site et des lieux d'accueil.

L'ambition portée collectivement vise à renforcer le rôle pédagogique des activités de pleine nature. Cette action doit permettre d'inciter à créer de nouvelles offres de découverte (ex. appel à projet) et à sélectionner les offres existantes (critères de sélection à définir en concertation avec le conseil des pros et les acteurs touristiques du territoire). En complément, il conviendra de favoriser la valorisation / promotion des offres pédagogiques au sein des différents lieux d'accueil du Grand Site.

AXE #4 STRATÉGIE D'INNOVATION

Les professionnels des activités de pleine nature exerçant sur le territoire ont identifié plusieurs chantiers structurant pour l'accueil des pratiquants. Ces chantiers doivent être lancés à travers plusieurs étapes chronologiques permettant dans un premier temps d'évaluer la pertinence et la faisabilité des projets.

Axe #4.1 Doter les professionnels d'un ou plusieurs espaces collectifs.

Les activités de pleine nature se pratiquent, par définition, en extérieur, sur les itinéraires et sites du Grand Site. Toutefois, les professionnels soulignent les besoins récurrents et partagés de pouvoir bénéficier d'espaces collectifs de stockage du matériel, de salles de formation ou de briefing (avant ou après la pratique) ou encore d'un lieu d'accueil spécifique aux APN. Cette action vise donc à qualifier précisément les besoins (qui, quoi, quand, où,...), à analyser les espaces et lieux disponibles (notamment au regard des projets de réhabilitation) et à proposer un modèle d'organisation technique et juridique pour la gestion des espaces communs.

Axe #4.2 Étudier la faisabilité de créer un pôle d'hébergement collectif

Les professionnels des APN ont également souligné le besoin d'hébergement de groupe sur ou à proximité du territoire. A ce jour, l'offre d'hébergement du Grand Site ne permet pas de répondre à cette catégorie de clientèle. Cette action vise à qualifier les besoins et les attentes (nombre de lits, nombre de chambre, gammes, services associés,...), puis à évaluer la faisabilité technique, économique et juridique de développer un pôle d'hébergement collectif sur ou à proximité du Grand Site.



AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Av. des Moulins, 34184 Montpellier - Cedex 4

www.herault-tourisme.com

www.adt-herault.fr



Crédits photos : Atemia, Olivier Diaz de Zarate | Création graphique : Atemia