



MISSION D'ELABORATION DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DE LOISIRS POUR LE TERRITOIRE NESTE BAROUSSE

Etude stratégique, touristico-économique, organisationnelle, juridique

PHASE I : DIAGNOSTIC CROISE ET IDENTIFICATION DES SITES ET ACTIVITES A FORT POTENTIEL

DiaThemis
35 rue Jean Baptiste Charcot, 11000 Carcassonne, France
Tel. : +33 (0)6 79 44 45 49 – direction@diathemis.fr

Christian GOSSEAUME - Avocat
11 ter rue Surcouf - 35000 Rennes, France
Tel. : 06 83 62 30 37

**MOA : Communauté de Communes
NESTE BAROUSSE**



Maître
Christian Gosseaume

PHASE 1 – DIAGNOSTIC CROISE ET IDENTIFICATION DES SITES ET ACTIVITES A FORT POTENTIEL

SOMMAIRE

1	<u>LE TERRITOIRE</u>	9
1.	<u>Structuration spatiale</u>	9
1.	<u>Des paysages variés</u>	10
2.	<u>Bassins versants / topographie</u>	11
3.	<u>Structuration spatiale institutionnelle</u>	13
2.	<u>Notoriété du territoire touristique</u>	14
1.	<u>E-notoriété</u>	14
2.	<u>Popularité des villes françaises, des territoires .. et de Neste Barousse</u>	15
3.	<u>Contexte PESTLE et influence sur attractivité et notoriété</u>	17
3.	<u>Socio économie du territoire</u>	18
1.	<u>Accessibilité</u>	18
2.	<u>Organisation des déplacements / mobilités</u>	20
3.	<u>Démographie</u>	24
4.	<u>Logement</u>	25
5.	<u>SCOT / PLUI / PADD</u>	26
6.	<u>Secteurs d'activités économiques et emplois</u>	27
7.	<u>Environnement, patrimoines naturels, architecturaux - historiques</u>	31
8.	<u>Budget de l'EPCI CCNB</u>	33
9.	<u>Relations aux espaces et territoires voisins</u>	35
10.	<u>Partenaires institutionnels de la compétence tourisme et alignement SDTL NB – SDTL 65 – SRDTL Occitanie</u>	38
11.	<u>Les grands enseignements des entretiens réalisés</u>	40

2	<u>ANALYSE DE L'EXERCICE DE LA COMPETENCE TOURISME COMMUNAUTAIRE</u>	56
1.	<u>Analyse de l'exercice de la compétence tourisme et des missions attribuées</u>	56
1.	<u>Analyse de l'organisation de la compétence tourisme</u>	56
2.	<u>Analyse des statuts de l'Office de Tourisme</u>	58
2.	<u>Analyse de la gouvernance</u>	61
1.	<u>Analyse organisationnelle des missions et actions réalisées</u>	61
2.	<u>Les locaux de l'OTI Neste Barousse</u>	62
3.	<u>La convention d'objectifs entre la CCNB et l'office de tourisme</u>	66
4.	<u>L'organisation des moyens entre l'EPCI et l'OTI</u>	67
5.	<u>La commercialisation par la CCNB/OTNB</u>	69
6.	<u>Taxe de séjour</u>	74
7.	<u>Conventions avec les partenaires publics et privés</u>	81
8.	<u>Les régies touristiques de la CCNB</u>	82
9.	<u>La maison des sources / les chalets de Saint Nérée</u>	84
3	<u>DIAGNOSTIC DE L'OFFRE DU TERRITOIRE</u>	87
1.	<u>Grandes filières touristiques locales et activités</u>	87
2.	<u>Fonctionnement de l'activité</u>	91
1.	<u>Qui est le client ?</u>	91
2.	<u>Fréquentation des sites</u>	92
3.	<u>Répartition et opérationnalité des activités touristiques dans le champ de compétence de l'EPCI et de celui des acteurs privés</u>	93
4.	<u>La restauration</u>	95
5.	<u>Artisanat / produits locaux</u>	96
6.	<u>Les lits touristiques</u>	98
7.	<u>Sentiers et chemins de randonnées</u>	102
8.	<u>Programmation événementielle</u>	103
3.	<u>Synthèse de l'offre du territoire</u>	105

4	<u>ETUDE DES POTENTIALITES</u>	<u>111</u>
1.	<u>Tendances lourdes exogènes au territoire</u>	<u>111</u>
1.	<u>Les aspirations des clientèles montagne – campagne ont changées</u>	<u>111</u>
2.	<u>Tourisme et période Post Covid19</u>	<u>112</u>
3.	<u>Les effets des tendances touristiques et de la période Covid19 au niveau des OT</u>	<u>113</u>
4.	<u>Les enjeux du réchauffement climatique</u>	<u>114</u>
5.	<u>Les évolutions / valorisations des espaces naturels en tant qu'actifs environnementaux</u>	<u>115</u>
2.	<u>Potentialité touristique d'un panel de sites et activités du territoire</u>	<u>117</u>
1.	<u>Méthodologie employée</u>	<u>117</u>
2.	<u>Analyse multicritères des sites</u>	<u>118</u>
3.	<u>Classement des sites / recommandations</u>	<u>119</u>
3.	<u>Synthèse de potentialités / Analyse FFOM</u>	<u>123</u>
1.	<u>La courbe de valeur de l'offre touristique</u>	<u>123</u>
2.	<u>La proposition de valeur de l'offre touristique locale</u>	<u>125</u>
3.	<u>Analyse FFOM</u>	<u>127</u>
4.	<u>Les conclusions du diagnostic</u>	<u>129</u>
5.	<u>Ebauches de scenarii de développement</u>	<u>130</u>
5	<u>ANNEXES</u>	<u>133</u>
1.	<u>Annexe 1 - Délibération DE 033 2020 bis du 28 juillet 2020 / Régie OT - Modification des tarifs et modalités de ventes</u>	<u>133</u>
2.	<u>Annexe 2 – Capacité d'accueil touristique marchande du territoire</u>	<u>134</u>
3.	<u>Annexe 3 – Codes d'activité du tourisme</u>	<u>135</u>
4.	<u>Annexe 4 – Schémas du tourisme et des loisirs supra</u>	<u>136</u>
5.	<u>Annexe 5 – Définitions tourisme et touriste</u>	<u>137</u>
6.	<u>Annexe 6 – Mesurer le tourisme selon l'INSEE</u>	<u>138</u>
7.	<u>Annexe 7 - BIT physique et dépenses potentielles engagées</u>	<u>139</u>
8.	<u>Annexe 8 – Participants aux ateliers de travail du 07/06/2024</u>	<u>140</u>
9.	<u>Annexe 9 – Unités pastorales locales et la question des conflits d'usage avec le pastoralisme</u>	<u>142</u>

Glossaire

(A)FFOM : (Analyse) Forces Faiblesses Opportunités Menaces

APB : Arrêt de Protection de Biotope

APN : Activité de Pleine Nature

BP : Budget primitif

CA : Chiffre d’Affaires ou Compte Administratif, selon les cas

CCNB : Communauté de Communes Neste Barousse

CCPL : Communauté de Communes Plateau de Lannemezan

CCPHG Communauté de Communes Pyrénées Haut Garonnaises

CCCCC : Communauté de Communes Cœur et Coteaux du Comminges

CDD : Conseil de Département

CGCT : Code Général des Collectivités Territoriales

CGV – CPV : Conditions Générales de Vente - Conditions Particulières de Vente

CRTO : Comité Régional du Tourisme (Occitanie)

DD : Développement Durable

DMS : Durée moyenne de séjour

DSP : Délégation de Service Public

ER : Emplacement réservé

EPCI : Etablissement Public de Coopération intercommunale

EPIC : Etablissement Public Industriel et Commercial

ETP : Equivalent Temps Plein

HPP : Hôtellerie de Plein Air

HPTE : Hautes Pyrénées Tourisme Environnement

IAA : Industrie Agroalimentaire

INPN : Inventaire National du Patrimoine Naturel

MH : Monument Historique

MOA : Maître d’Ouvrage

MOE : Maître d’Œuvre

NC : Non communiqué

NF : Nordic France

NOTRe (loi) : Nouvelle Organisation de la République 07/08/2015

ONT : Observatoire national du Tourisme

OTA : Online Travel Agency

OTI : Office de tourisme Intercommunal

OTNB : Office de tourisme Neste Barousse

PADD : Plan d’Aménagement et de Développement Durable

PAH : Parc Acrobatique en Hauteur

PAT : Projet Alimentaire de Territoire

PDIPR : Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée

PETR : Pôle d’Equilibre Territorial et Rural

PLUi : Plan Local d’Urbanisme Intercommunal

PNR : Parc Naturel Régional

PMR : Personne à Mobilité Réduite

PPRN : Plan de prévention des risques naturels

PRL : Parc Résidentiel de Loisirs

PSIC : Périmètre d’Intérêt Communautaire / Natura 2000

RH : Ressources humaines

RPQ : Rapport Prix Qualité

RS : Réseaux Sociaux

RT : Résidence de Tourisme

SADI : Schéma d’Accueil et de Diffusion de l’information

SAV : Service Après-Vente

SCoT : Schéma de Cohérence Territoriale

SDT : Stratégie de Développement touristique ou Schéma de Développement Touristique (selon les cas)

SDT(L) : Schéma de Développement Touristique (et de Loisirs)

SEBCS : Syndicat des Eaux Barousse Comminges Save

SM : Syndicat Mixte

SP : Service Public

SPA : Service Public Administratif

SPIC / EPIC : (Régie) Service Public industriel et Commercial / Etablissement Public Industriel et Commercial

SPL : Société Publique Locale

SRDTL : Schéma Régional de Développement Touristique (et de Loisirs)

TAD : Transport à la Demande

TIL : Transport d’intérêt Local

TPME : Très petite et moyenne entreprise

TS : Taxe de séjour

TSS : Tourisme Social et Solidaire

VA : Valeur ajoutée

VTT / VTAE : Vélo Tout Terrain / Vélo Tout Terrain à Assistance Electrique

WE : Weekend

ZAT : Zone d’Aménagement Touristique

ZNIEFF : Zone d’Intérêt Ecologique Floristique et Faunistique

MISSION D'ELABORATION DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DE LOISIRS POUR LE TERRITOIRE NESTE BAROUSSE

PHASE 1 – DIAGNOSTIC CROISE ET IDENTIFICATION DES SITES ET ACTIVITES A FORT POTENTIEL

Avant-propos

Nous nous plaçons dans le cas d'une **analyse à l'échelle du territoire** de la structure porteuse : l'EPCI CCNB.

Dans ce rapport nous attacherons à **compiler** et **organiser les composantes de valeurs du territoire** dans une optique de développement touristique.

Le diagnostic est divisé en **4 étapes** :

ANALYSE DU TERRITOIRE,
ANALYSE DE L'EXERCICE DE LA COMPETENCE TOURISME COMMUNAUTAIRE,
DIAGNOSTIC DE L'OFFRE TOURISTIQUE ET DE LOISIRS DU TERRITOIRE,
ANALYSE DES POTENTIALITES.

Construire une stratégie touristique territoriale, nécessite de bien sérier et prendre en compte :

- **L'organisation actuelle des acteurs locaux** et notamment de l'**EPCI** et de l'**Office de Tourisme / OT**,
- **La place du territoire dans l'échiquier local** et notamment en tenant compte de la proximité de villes moyennes à grandes,
- Les **spécificités/potentialités** locales et l'ambition concomitante qui peut s'en dégager,
- Les **travaux déjà réalisés** notamment avec des partenaires,
- La **concertation / écoute** avec les acteurs locaux.

Quelques pré requis / définitions

Tourisme

Nous parlerons fréquemment de tourisme et d'économie dans ce rapport, sachant que depuis la loi NOTRe du 07/08/2015, **il n'y a plus de distinction entre tourisme et économie** : le tourisme c'est de l'économie ! ... et le tourisme c'est une activité que l'on retrouve partout, elle est multisectorielle. Le tourisme est présent dans l'agriculture, l'industrie, le commerce et les services. Avec la recherche de sobriété dans les bâtiments on peut même dire qu'il va s'instiller dans le BTP.

Pour autant le tourisme ce n'est pas tout ; par exemple ce n'est pas la culture, la pédagogie, l'urbanisme même si ces thèmes peuvent parfois être connexes à des activités touristiques.

Touriste

Définition de l'ONT : un touriste est un visiteur qui passe au moins une nuit (et moins d'un an) hors de son domicile ;

Le modèle économique du tourisme est donc apporté par des **visites, de la restauration, des achats et de l'hébergement**. Un environnement touristique présuppose des investissements permettant de développer un parcours client touristique (équipements d'accueil dont OT - hébergements – restauration – activités – autres services). Un séjournant dépense en moyenne entre 3 et 5 fois plus par jour qu'un client excursionniste.

La fréquentation de la clientèle touristique est plus saisonnière que celle des touristes en hébergement marchand.

Loisirs / excursionnisme

Définition de l'ONT : un excursionniste est un visiteur qui réalise un aller-retour dans la journée à plus de 100 kilomètres de son domicile. Les allers-retours transfrontaliers sont également comptés, quelle que soit leur distance (sauf les allers-retours pour le travail et les études qui sont exclus du champ du tourisme).

Le modèle économique des loisirs est apporté par des **visites, de la restauration et des achats**. C'est un développement qui ne nécessite pas forcément des investissements onéreux en dehors du panel d'offres que propose un lieu et ses services et commerces de première nécessité. C'est généralement un modèle à intensité touristique généralement faible, un client excursionniste dépense en moyenne entre 3 et 5 fois moins par jour qu'un client en séjour.

La fréquentation de la clientèle excursionniste est beaucoup moins saisonnière que celle des touristes en hébergement marchand.

Destination

La destination n'a pas de fondement juridique, c'est plutôt un mode opératoire, une volonté.

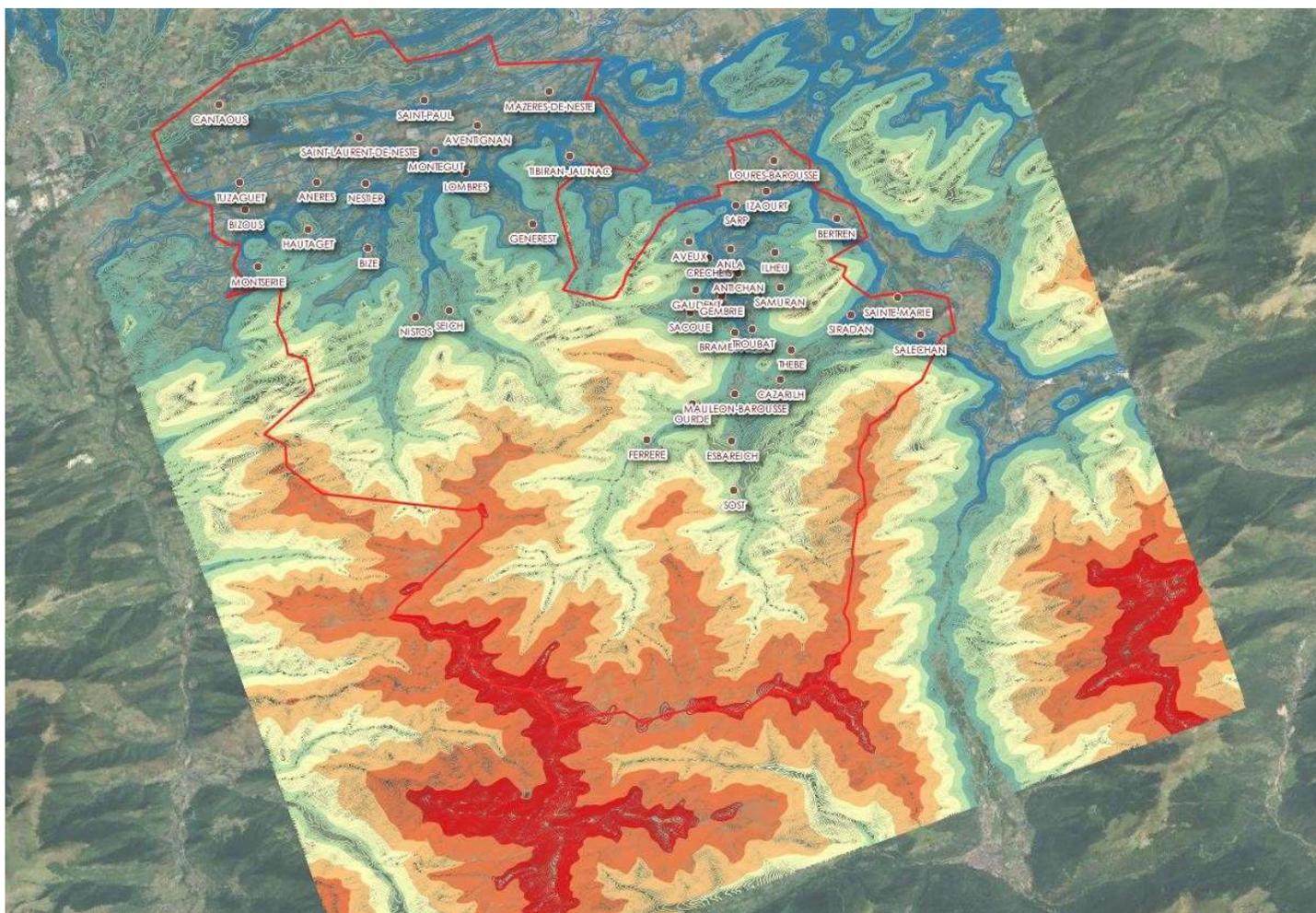
Tous les territoires ne sont pas égaux dans leur volonté de « faire destination », une destination c'est :

- Une **thématique** qui intéresse les touristes et repose sur une **offre tangible**,
- Une **offre complémentaire** qualitativement homogène,
- Une **chaîne de services** autour de la thématique,
- Un **collectif d'acteurs** partageant la même ambition,
- Des **outils marketing communs**.

1 LE TERRITOIRE

1. Structuration spatiale

Le territoire Neste Barousse est un territoire composé de **plaines, vallées et montagnes** à l’Est du département des Hautes Pyrénées, structuré autour de 43 communes et de deux vallées.



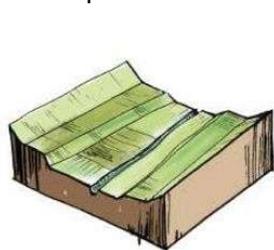
Le territoire représente :

- Un peu plus de **307 km²**, soit 6,8% de la surface départementale des Hautes Pyrénées.
- **7 451 habitants** (population municipale 2023), soit 3,2% de la population départementale des Hautes Pyrénées,
- Soit une faible **densité démographique de 24 habitants / km²**.

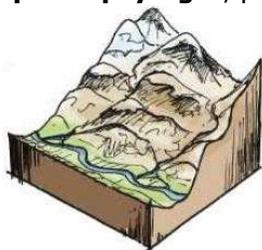
Source : Google E., SRTM, DiaThemis

1.1.1 Des paysages variés

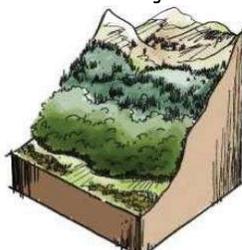
Il représente une **mosaïque de paysages**, paysages « naturels » ou façonnés par l’homme depuis des millénaires.



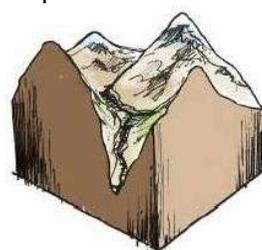
Vallées en terrasse



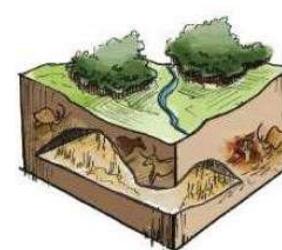
Vallées fermées



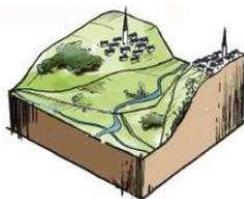
Etagement de la végétation



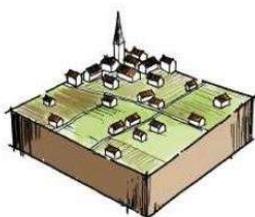
Vallées montagnardes



Grottes



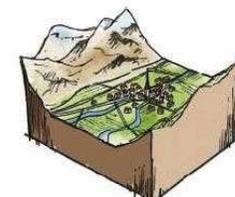
Villages étagés



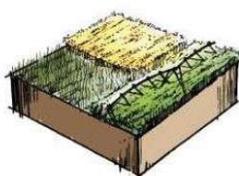
Diffusion urbaine



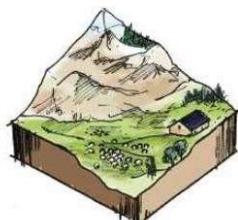
Bâti identitaire



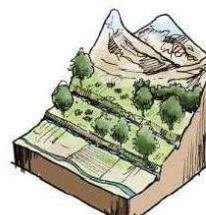
Vallée glaciaire sous pression urbaine



Grandes cultures



Agropastoralisme



Coteaux en terrasses



Vergers

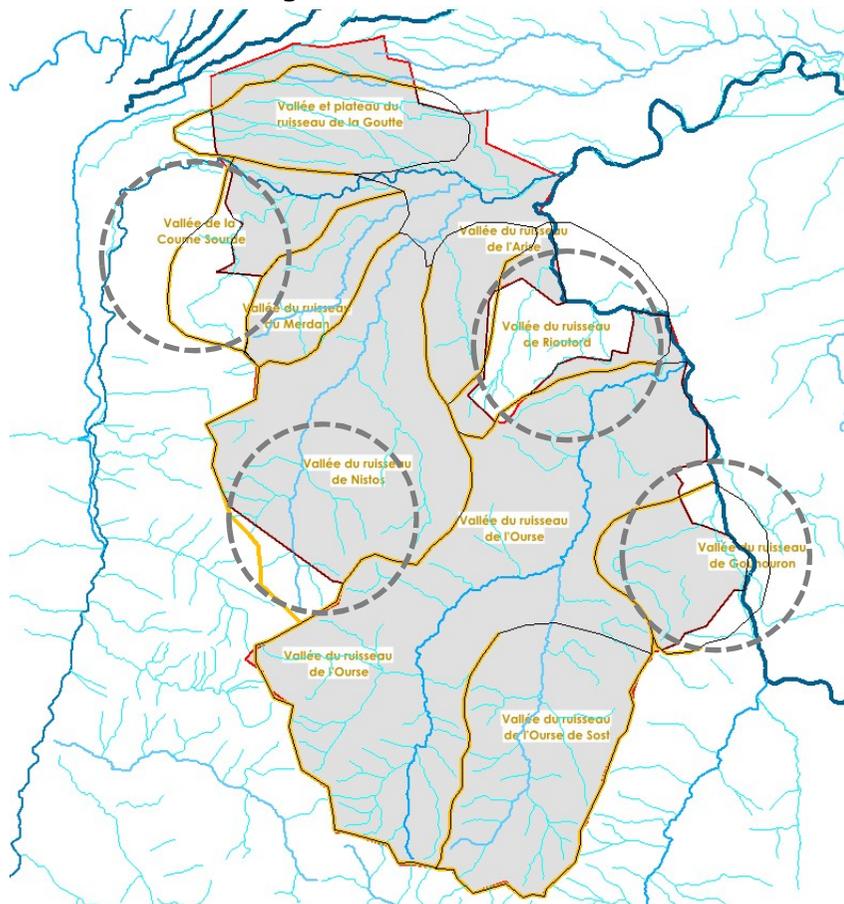
Sources : Atlas des paysages / CAUE 65

1.1.2 Bassins versants / topographie

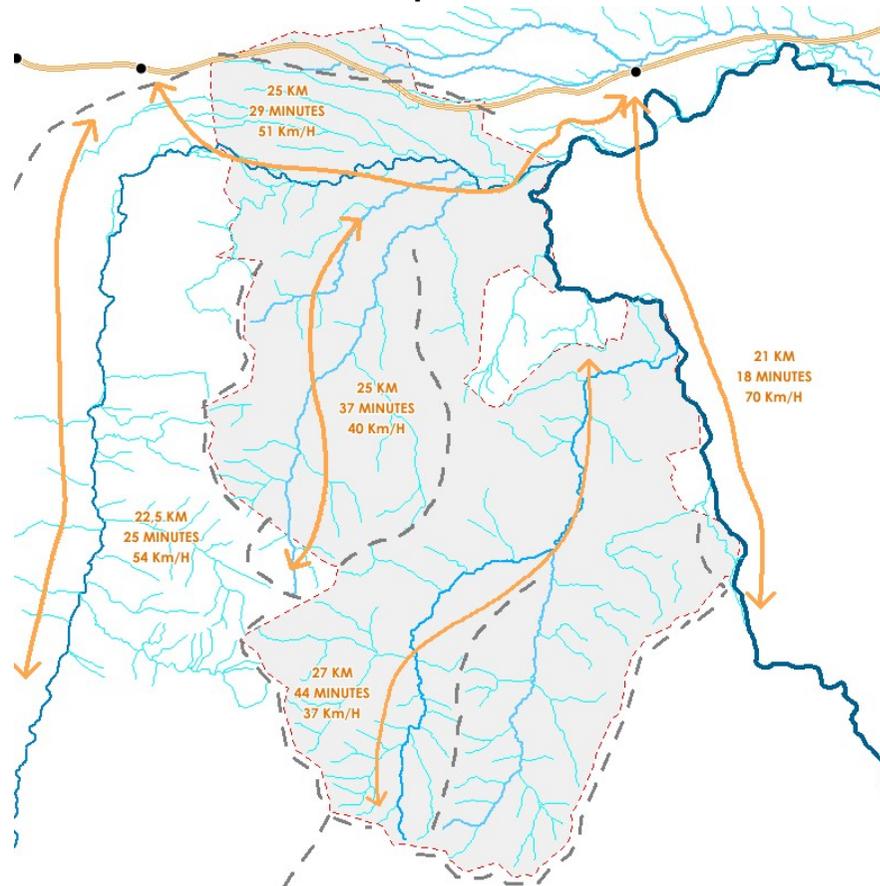
Le territoire Neste Barousse est un **territoire atypique**, largement irrigué mais dont **les limites ne sont pas cohérentes avec les bassins versants** :

- A l’Est le territoire intègre parfois la rive gauche de la Garonne,
- Egalement à l’Est, le bassin du ruisseau du Rieutord constitue une enclave d’un autre EPCI, idem plus au sud (ruisseau de Gouhouron),
- A l’ouest le bassin versant du ruisseau de Nistos n’est pas intégralement inclus dans le territoire dans sa partie haute, idem pour le bassin versant de la vallée de Coume Sourde.

Organisation des bassins versants



Structure spatiale et mobilités



Sources : IGN, Michelin, DiaThemis

Sources : IGN, BD Carthage, BD Michelin et Google, traitements DiaThemis.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Tout ceci donne une impression d'**un espace pas totalement structuré d'un point de vue orographique**, un état transitoire, aux marges des territoires contigus.

L'organisation spatiale induit un **compartimentage** assez fort en vallées et une **circulation est ouest inexistante, hors bas de vallée au nord, qui ne favorise pas les mobilités inter-valléennes et intra territoriales.**

En vallée, les **temps de circulation** en voiture sont généralement inférieurs à 40 Km/h, hors partie nord.

Sur les parties basses, les temps de circulation en voiture sont améliorés, autour de 50 Km/h.

La plupart des origines destinations depuis le bas de vallée jusqu'aux parties élevées, au sud, représentant des temps de trajet VL supérieurs à 45 minutes.

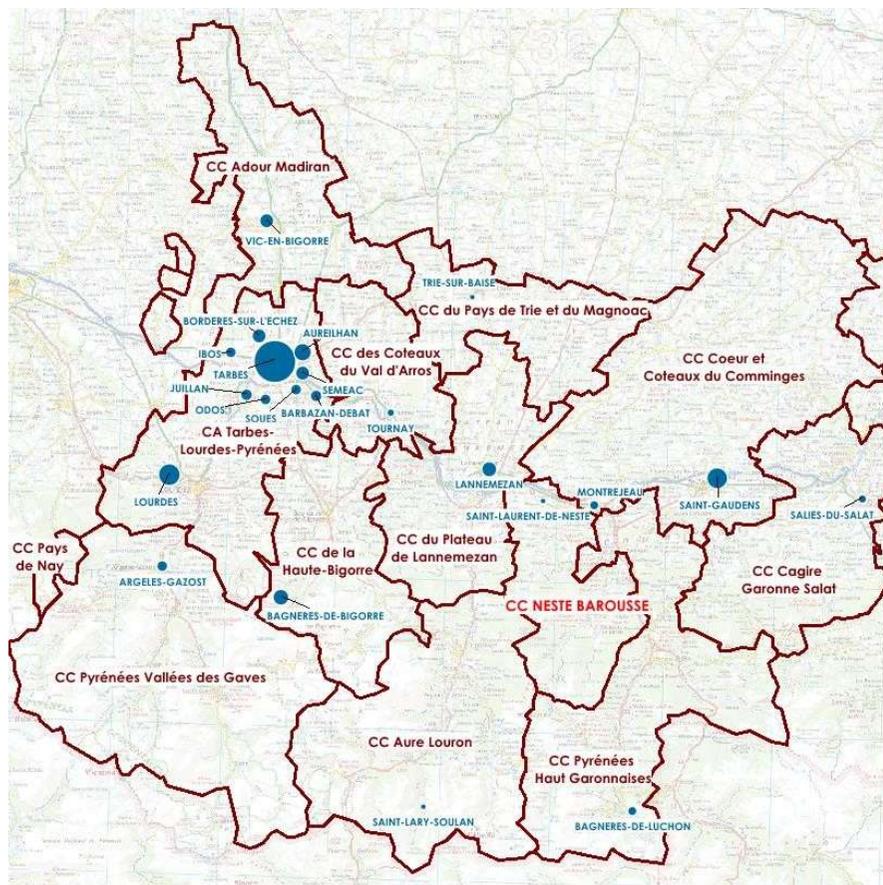
En comparaison des vallées adjacentes d'Aure et de la Garonne, les temps de circulation sont bien inférieurs et les vitesses de déplacement biens supérieurs.

Il en résulte **des enjeux de mobilités forts qui ne se limitent pas aux déplacements routiers / thermiques** mais qui concernent aussi l'ensemble des dessertes alternatives.

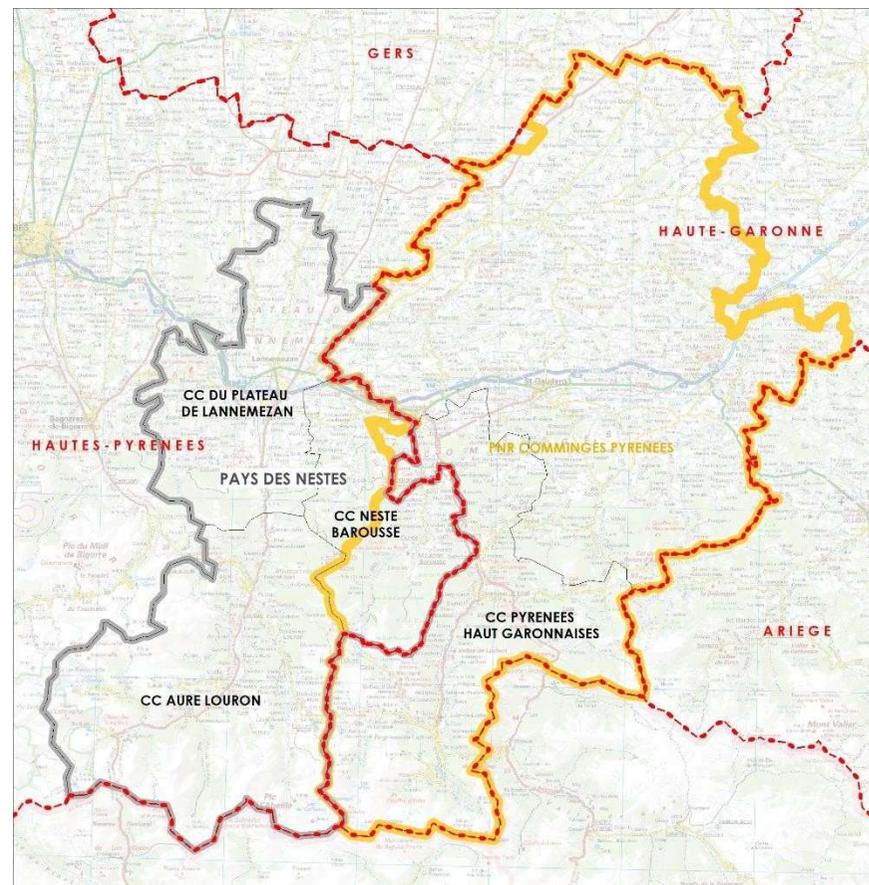
1.1.3 Structuration spatiale institutionnelle

Le territoire est une création récente liée à la loi NOTRe et à sa mise en application en 2017. On comprend alors que c’est **un territoire jeune dans sa réalité spatiale administrative**. Cet EPCI fait également partie des trois EPCI hauts pyrénéens composant le **PETR Pays des Nestes** avec la CC Aure Louron et la CC Plateau de Lannemezan; par ailleurs **la CC Neste Barousse est une composante du projet de PNR Comminges Pyrénées** (composé sinon uniquement d’EPCI du Département de la Haute Garonne).

Etablissements Publics de Coopération intercommunale / EPCI



EPCI, PETR et projet de PNR Comminges Pyrénées



Source : DGCL, INSEE, EPCI's, traitements DiaThemis

2. Notoriété du territoire touristique

1. E-notoriété

Une **faible E-notoriété** dans les références en ligne sous Google, tant pour les territoires, excepté l'item « Barousse » que les communes et les sites, la plupart dénombré en dizaine de milliers.

TERRITOIRES	Références
Occitanie	119 000 000
Hautes Pyrénées	31 300 000
Barousse	1 240 000
Neste / rivière	286 000
Neste Barousse	102 000
PETR Pays Des Nestes	23 500
Communauté de communes Plateau de Lannemezan	22 200
Communauté de communes Pyrénées Haut Garonnaises	21 000
Communauté de communes Aure Louron	14 800
Communauté de communes Neste Barousse	12 800

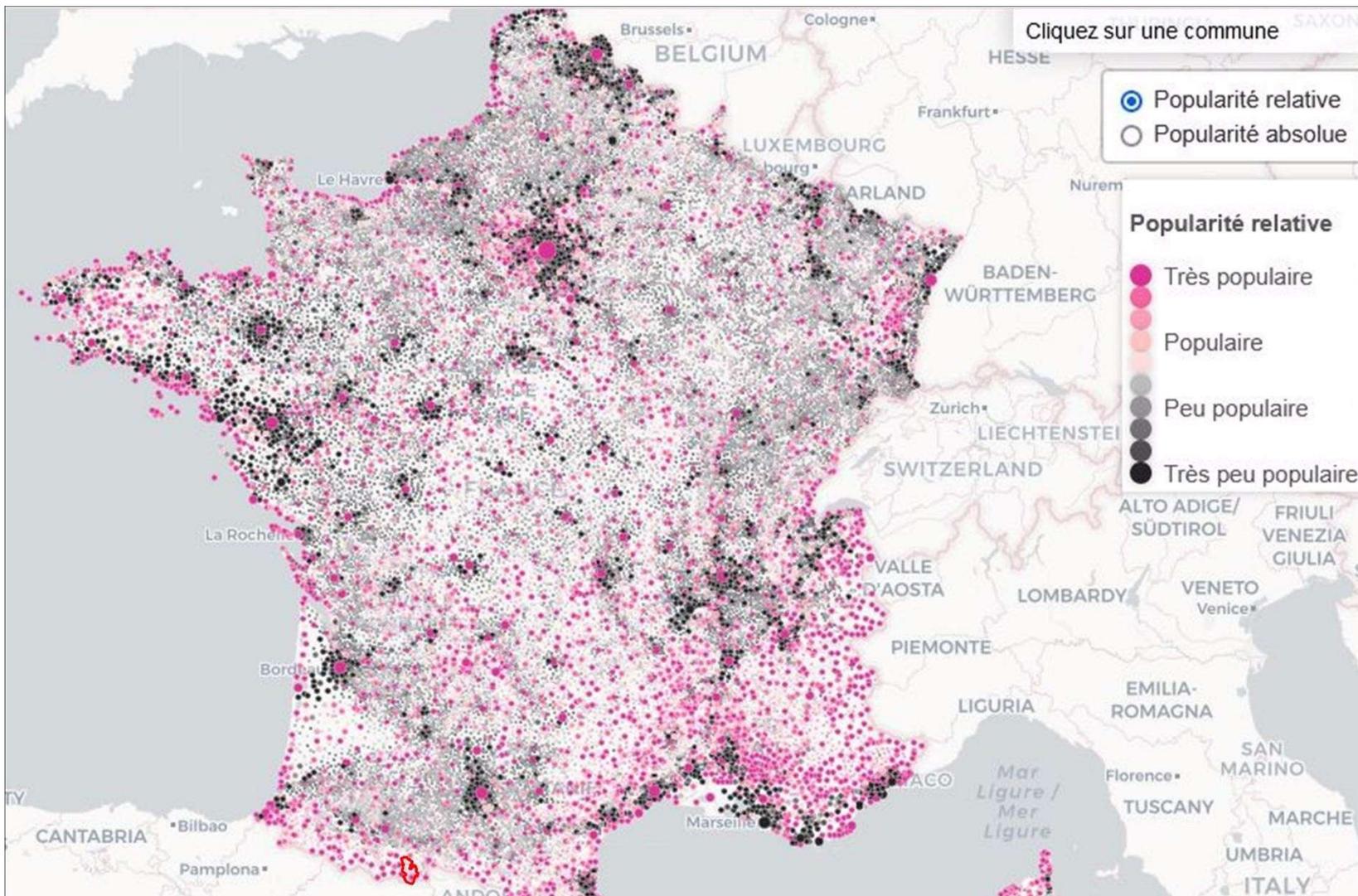
SITES / VILLES	Références
Luchon	5 070 000
Lannemezan	3 000 000
Saint Laurent de Neste	1 630 000
Saint Bertrand de Comminges	997 000
Montréjeau	844 000
Office de tourisme de Saint Lary	220 000
Loure Barousse	173 000
Chalets de Sainte Nérée	136 000
Mauléon Barousse	108 000
Gargas, hautes pyrénées	65 300
Parc de la demi lune, Lannemezan	44 400
Station de Nistos	42 300
Calvaire du mont d'Arès	37 300
Grotte de Gargas	36 600
Gouffre de Saoule	34 400
Saint just de Valcabrière	34 300
Port de Balès	33 300
Office de tourisme vallée du Louron	23 600
Office de Tourisme Coeur des Pyrénées, Lannemezan	21 000
Château de Bramevaque	12 400
Maison des sources, mauléon barousse	10 800
Office de tourisme Neste barousse	7 960
Nesploria	5 010
Gargas / Nesploria	4 290
Les O'Cybelles	2 070
Oppidum de Montsérié	959



Source : Google / Mai 2024.

1.2.2 Popularité des villes françaises, des territoires .. et de Neste Barousse

Analyse de la popularité des communes de France métropolitaine sur Wikipédia (Cartographie réalisée par Mathieu Garnier et Sylvain Manternach).



Source : Jean-Laurent Cassely et Jérôme Fourquet / 2021 - Leaflet | ©Stadia Maps, ©OpenMapTiles ©OpenStreetMap contribution

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

En **quantifiant et en analysant le trafic enregistré sur les pages Wikipédia des communes** (de 2008 à 2019), on peut évaluer le degré d'intérêt et donc d'attractivité que génère chacune des communes.

Il a été mis en regard, pour chaque commune, le nombre d'habitants et le nombre de consultations de la page communale. Les deux paramètres étant corrélés, il a été appliqué un modèle mathématique afin de distinguer les communes disposant d'un niveau de désirabilité très élevé, élevé, faible, très faible après avoir « neutralisé » le facteur du nombre d'habitants.

La carte synthétise les résultats et permet de mettre en évidence les espaces qui suscitent de l'intérêt et une forme de désirabilité (en rose) et, à l'inverse, les espaces qui génèrent peu ou pas de curiosité et d'attention et qui sont donc moins attractifs (en noir).

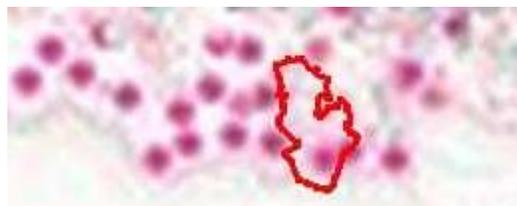
Il apparaît que la **France désirable** est d'abord :

- Celle des **villes**, l'armature urbaine ressortant ainsi comme autant de points roses sur la carte (potentiel touristique / économiques, culturel),
- Celle des **régions touristiques** (zone au sud d'une ligne Genève – Foix, littoraux, zones montagne et certains terroirs particuliers (Lubéron, Périgord, vignobles alsaciens ou bourguignons...)).

Les territoires moins en lumière ressortent en gris foncé sur la carte. Il est frappant de constater que ces zones constituent comme un négatif, au sens photographique du terme, de la France qui attire. Si les villes apparaissent généralement en rose, elles sont systématiquement entourées d'un halo gris ou noir plus ou moins étendu. Ce halo agrège les banlieues et les couronnes périurbaines qui se sont constituées autour des villes centres, ces espaces, où réside pourtant une population importante, n'offrent guère un attrait touristique et suscitent peu d'intérêt sur Wikipédia, par exemple :

- **Une partie de la région parisienne** avec Seine Saint Denis, Val de Marne, Val d'Oise, Essonne Nord,
- **Les Banlieues des grandes agglomérations** : Bordeaux, Toulouse, Lyon ou Rennes...,
- **Une vaste France du Nord et de l'Est** (Haute Normandie, Picardie, bassin minier du Nord pas de Calais, Lorraine, Franche Comté, sud Alsace).

Source : Jean-Laurent Cassely et Jérôme Fourquet / 2021.



Le territoire Neste Barousse.

Le territoire dispose globalement d'une attirance mesurée (neutre pour la plupart des communes à forte pour la haute Barousse. Il n'y a pas de véritable polarité qui se détache.

L'attraction majeure se situe, à l'ouest, au niveau des vallées d'Aure Louron.

Source : Jean-Laurent Cassely et Jérôme Fourquet / 2021 - Leaflet | ©Stadia Maps, ©OpenMapTiles ©OpenStreetMap contribution

1.2.3 Contexte PESTLE et influence sur attractivité et notoriété

L'analyse d'un territoire et de son offre touristique, au niveau local, s'apparente à **l'analyse des ressources touristiques d'un territoire**.

Il est souvent important de, **mettre en vis à vis l'offre, de l'environnement dans lequel cette offre évolue**, environnement au sens macroéconomique, notamment parce que **la concurrence inter territoires** pour motif touristique est vive, tant en France qu'à l'étranger.

Le modèle PESTLE, souvent utilisé pour les entreprises, pour rechercher les leviers de performance via l'environnement, peut être un moyen d'évoquer ou d'analyser de futurs enjeux pour un territoire observé.

Afin de mieux **comprendre l'environnement global dans lequel un territoire évolue et mieux analyser son influence sur la stratégie et la performance de celui-ci**, ce **modèle catégorise l'environnement macroéconomique** en six grands domaines qui correspondent aux lettres de l'acronyme PESTLE.

Politique	Economique	Social	Technologique	Légal	Environnemental
Ce domaine concerne l'environnement politique dans lequel opère le territoire. Il inclut des facteurs comme les taxes, les politiques fiscales en vigueur. Il peut aussi inclure le niveau d'intervention du gouvernement dans l'économie, la stabilité ou l'instabilité politique ainsi que l'orientation plus ou moins libérale du gouvernement .	Ce domaine inclut des paramètres comme l'inflation, la croissance ou la récession , les taux d'intérêts , le pouvoir d'achat , le niveau de vie , les modes de consommation , les taux d'épargne , etc ...	L'environnement social dans lequel le territoire opère. Il inclut des facteurs comme la démographie , le modèle social ou le niveau d'éducation , mais aussi des attitudes à l'égard des questions telles que l'égalité des sexes , la santé , les valeurs familiales , l'individualisme ou le collectivisme , etc...	Ce domaine couvre des questions telles que les lois sur les droits de propriété intellectuelle et les brevets , les dépenses du gouvernement en faveur de la recherche fondamentale , l'existence ou le manque d'universités de haut niveau ayant des liens forts avec le monde de l'entreprise et des territoires porteurs, etc...	Ce domaine comprend des éléments importants comme les lois antitrust, les lois sur le travail , sur la santé mais aussi les normes comptables , les régulations de la finance et des marchés boursiers , etc...	Le domaine environnemental reflète la prise de conscience et l'attention grandissante concernant l'environnement naturel qui peut affecter certains aspects significatifs de la stratégie du territoire.

Il faut ici imaginer l'analyse des enjeux du modèle PESTLE par rapport au territoire sous une **focale nationale, voire européenne**.

La France est globalement caractérisée par une grande stabilité politique, sociale et économique; cependant les effets de la crise sur la mobilité et le tourisme en général, conjugués à la montée de l'éco-conscience des publics, doivent alerter sur une **surveillance forte des dimensions « Economique », « Légal » et « Environnemental »** dans la future stratégie du territoire Neste Barousse.

Nous y reviendrons dans la phase suivante de la mission, au titre de la stratégie touristique de territoire.

3. Socio économie du territoire

1. Accessibilité

Un territoire **accessible par le seul mode route**, les autres modes¹ étant organisés aux marges du territoire.

Route

Accès depuis la France :

A64 / E80 La Pyrénéenne, sortie 17 / Montréjeau – Luchon, 12,1 km, 15 minutes,

A64 / E80 La Pyrénéenne, sortie 16 / Lannemezan – Arreau – Auch, 12,4 km, 14 minutes,

Route par Lannemezan, D817 – D75 via Saint Laurent de Neste, 11,9 km, 14 minutes,

Route par Montréjeau, D817 – D638 – D938 – D75 via Saint Laurent de Neste, 8,8 km, 11 minutes.

Accès depuis l'Espagne :

Par le Val d'Aran - Vielha N125 – N230, frontière à 40km, 45 minutes,

Par l'Aragon A138 – D173, Tunnel d'Aragnouet Bielsa, frontière à 61 km, 73 minutes.

Fer

Gare SNCF de Montréjeau, 10,1 km, 15 minutes,

Gare SNCF de Lannemezan, 11,2 km, 14 minutes.

Réouverture de la ligne ferroviaire Montréjeau Luchon en 2025 avec 2 gares sur le territoire de la CCNB (Loures Barousse et Saléchan).

A noter que les dessertes TER / départementales sont actuellement assurées par autocars en vallée de la Garonne et d'Aure via Montréjeau et Lannemezan, en vallée de la Garonne pour 2 lignes (L 398 et L394), en vallée d'Aure pour 1 ligne (L 963).

Air

Aéroport Toulouse Blagnac, 118 km, 67 minutes,

Aéroport Tarbes Ossun Lourdes, 57 km, 42 minutes,

Aéroport Pau Pyrénées, 97,5 km, 62 minutes.

Fluvial

Pas de desserte fluviale aménagée.

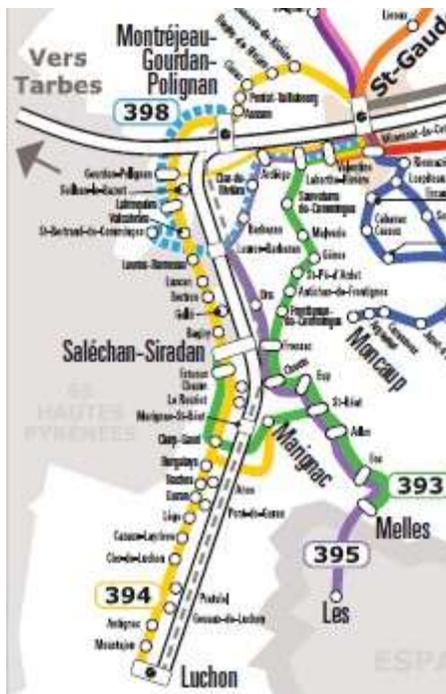
¹ La desserte ferroviaire par l'Est du territoire est en réflexion pour une mise en œuvre à partir de 2025.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

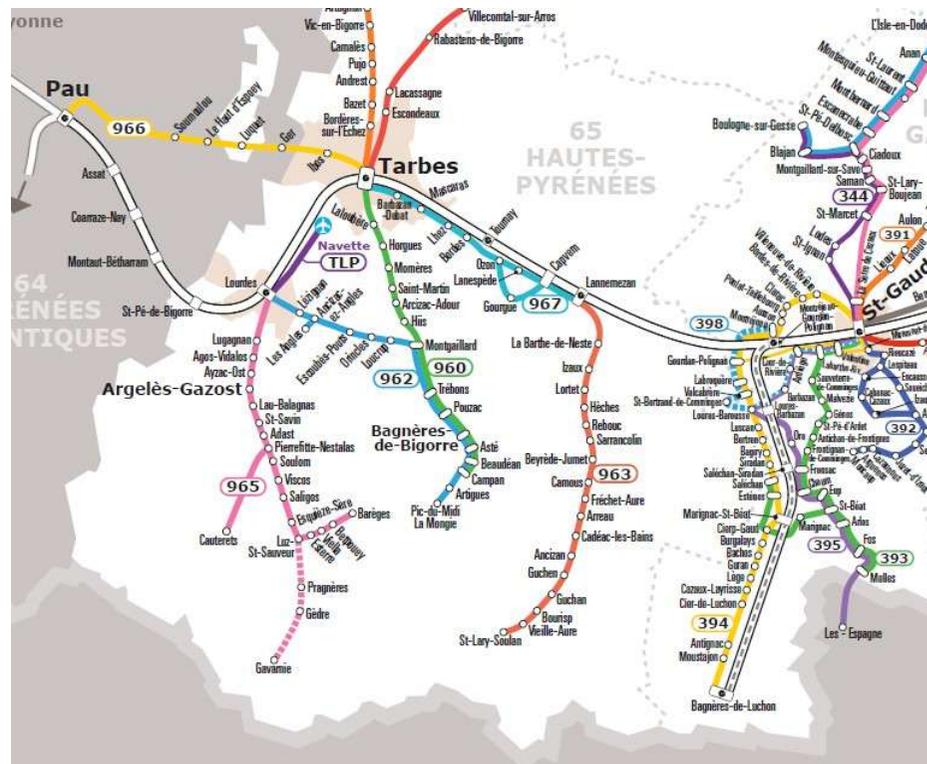
LiO Hautes Pyrénées



LiO Haute Garonne



LiO zones Hautes Pyrénées et haute Garonne



Source : Région Occitanie.

Un territoire situé entre deux vallées pyrénéennes à forte notoriété touristique et forte capacité d'accueil :

- Les Vallées d'Aure/Saint Lary Soulan et du Louron/Loudenvielle - Peyragudes, 27 000 lits, à moins de 50 minutes.
- La vallée de Luchon / Garonne, 20 000 lits à 45 minutes.

Un territoire situé sur un axe nord sud France Espagne via la vallée de la Garonne et le Val d'Arán, par le périmètre communautaire de l'EPCI situé à l'Est : la CC Pyrénées Haut Garonnaises.

Un territoire qui n'est pas transfrontalier.

1.3.2 Organisation des déplacements / mobilités

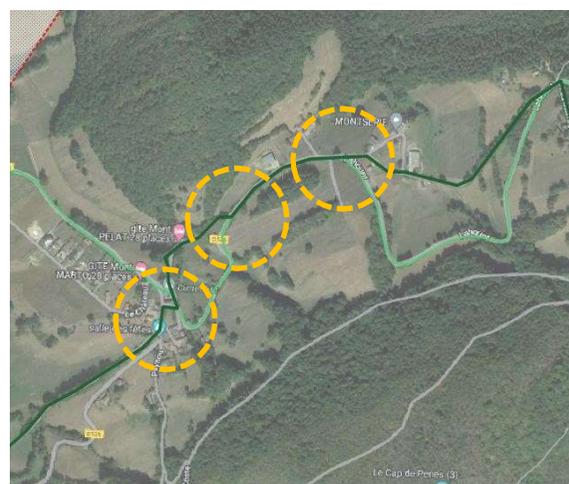
Outre le maillage modal (route, fer), un certain nombre de **mobilités douces** (actuellement pédestres / cycles) intéressent le territoire et participent à son maillage Est – Ouest et Nord – Sud.

Itinéraires organisés Est – Ouest

V81 : itinéraire Véloroute du Piémont Pyrénéen qui rallie la méditerranée à l’océan atlantique en traversant la CCNB de Saint-Bertrand-de-Comminges à Lannemezan,

GR78 / chemin de Saint Jacques de Compostelle, itinéraire piétonnier et route culturelle européenne, passe par Loures-Barousse avant d’arriver à Saint Bertrand de Comminges, puis la section Saint Bertrand de Comminges – Lortet passe par le piémont et des villages de la CCNB,

Ces deux itinéraires se croisent à Saint Bertrand de Comminges et à 5 reprises dans le territoire : à Lombrès, trois fois à Montsérié et Hautaget.



Itinéraires organisés Nord – Sud et Est – Ouest

GR861 / Via Garona Toulouse – Saint Bertrand de Comminges (pédestre / vélo), dont le tracé passe à 1 km à l’Est de la CCNB.

Le **Port de Balès** : col sur l’itinéraire Neste Barousse – vallée d’Oueil – Luchon, célèbre sur l’axe Nord – Sud du Tour de France.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Itinéraires en projet Nord - Sud

Un **projet de voie verte** des Nestes, de Avezac à Arreau en vallée d'Aure, projet à horizon 2028-2030, situé à **10 km à l'Ouest de la CCNB**.

Projet **Transgarona** en cours de réalisation : piste vélo jusqu'en Espagne (passe par Loure Barousse mais itinéraire situé essentiellement sur le territoire de la haute Garonne).

Les **Chemins de la mémoire** sont un projet de valorisation d'itinéraires « **itinéraires Liberté Pyrénées** » sur les évasions vers l'Espagne par les Pyrénées entre 1941 et 1944. 12 itinéraires sont identifiés et sont en cours de certification par le conseil de l'Europe dont un itinéraire passant par Neste Barousse et comminges : itinéraire dit « Paul Misfud et Josette ».



Actuellement il n'y a pas d'itinérance spécialisée équestre, d'itinéraire cycle (en projet).

A noter

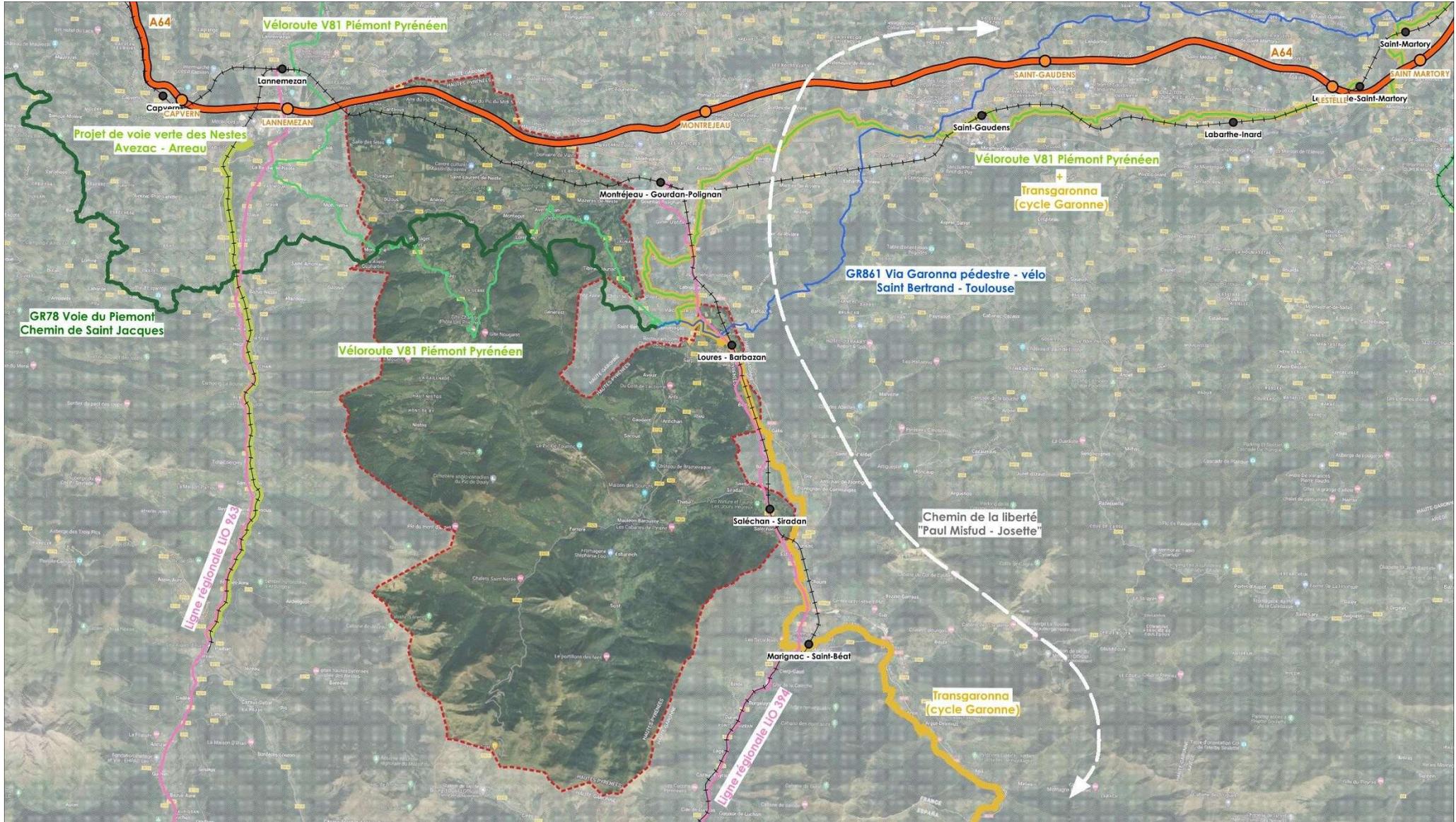
- **L'étude sur les mobilités** en cours, sous maîtrise ouvrage du PETR,
- Les **projets d'aménagement des deux gares ferroviaires de Loure Barousse et Saléchan**, autour de pôles multimodaux, en prévision de la connexion au fer en 2025,

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

- L'existence d'un **Transport à la Demande/ TAD** (2 € l'aller) desservant le territoire sur les items : équipements touristiques (Gargas, maison des sources), piscines, manifestations culturelles, évènementiels, marché de Montréjeau, Lannemezan et Loures-Barousse. En 2023 ce service a transporté 189 personnes via 78 trajets (répartis équitablement entre Montréjeau et Lannemezan) pour la desserte des marchés locaux essentiellement, pour un coût TTC de service de 10 250 €, soit ... un coût TTC de 57 € par passagers transportés ou de 15 € par passagers transportés déduction faite des aides publiques, ou un **coût global TTC du kilomètre estimé autour de 6 €**. On note actuellement une stabilité des flux et un non renouvellement des clientèles.
- La présence d'une **navette culturelle Transport d'Intérêt Local / TIL** et culturel, mise en place en partenariat avec la CC du Plateau de Lannemezan et la CC Aure Louron. Cette action est financée par la Région à hauteur de 30 % du déficit. Le reste à charge est partagée selon la clés de répartition du PETR. Les sites identifiés pour cette navette : le Parvis, la Maison du Savoir, la salle des fêtes de Lannemezan. Il est appliqué un tarif préférentiel à chaque spectacle dans la programmation semestrielle, ainsi, chaque spectateur peut bénéficier d'avantages pouvant avoisiner 20 € sur un spectacle (en plus du coût d'un trajet à 2 € A/R). En 2023, Sur l'année 2023, 10 navettes culturelles ont été mises en place, pour 50 utilisateur de la CCNB, **le coût trajet/passager pour l'EPCI est de 12 € en moyenne**).
- Egalement en 2023, une **convention TIL a été passée entre la Région et la CCNB pour cibler des évènements culturels locaux** afin de faciliter l'accès à la culture pour les habitants du territoire. Le même principe de tarification a été mis en place que le service intercommunautaire. Sur trois spectacles présentés à la programmation, seule une représentation a permis la mise en place du service.

Les divers services de transports collectifs à la population posent la question du volume de la demande, du marketing produit et de la communication (avantages / inconvénients des services).

Structuration spatiale des itinérances douces (réalisations et projets) et des infrastructures routières et ferroviaires



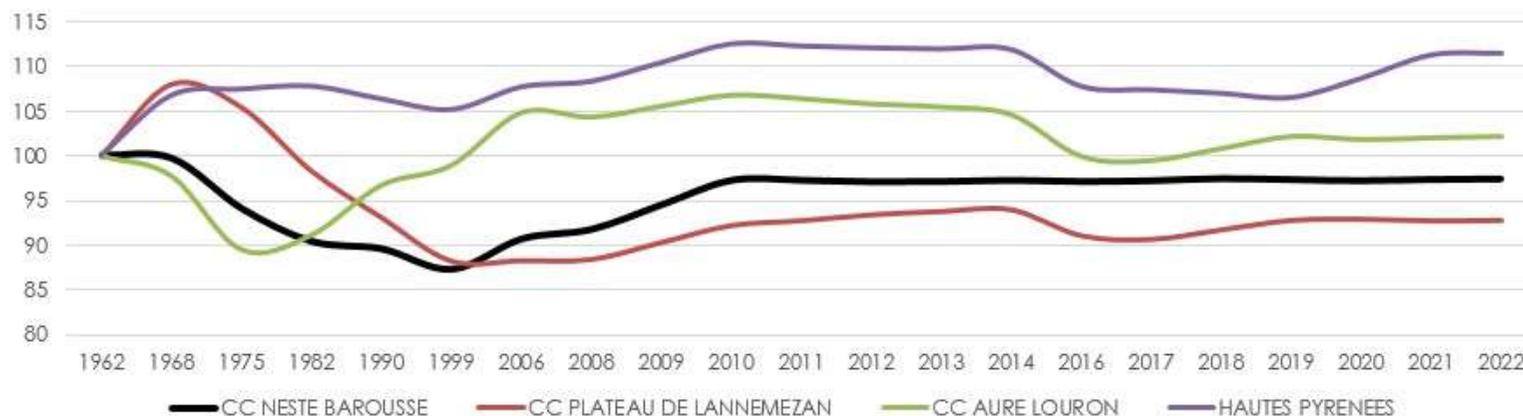
Source : Organismes/mobilités, CDD65, CRO, DiaThemis.

1.3.3 Démographie

Neste Barousse, un territoire qui présente une **stabilité démographique depuis 2010**, mais qui par le passé a connu une **forte décreue dans les années 60's à 90's, le niveau démographique de 1962 n'a jamais été récupéré** (7634 habitants en 1962).

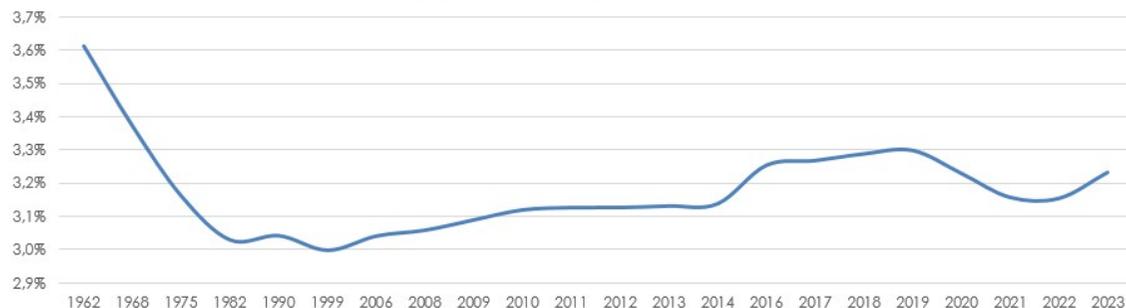
Un profil démographique tout en contrastes, globalement baissier, avec des variations tantôt à la baisse, tantôt à la hausse, assez différencié du profil départemental, **le territoire doit reconquérir de la population**.

Evolution démographique indicielle (indice 100 = 1962)



Source : INSEE, traitements DiaThemis.

Part population CCNB / HAUTES PYRENEES



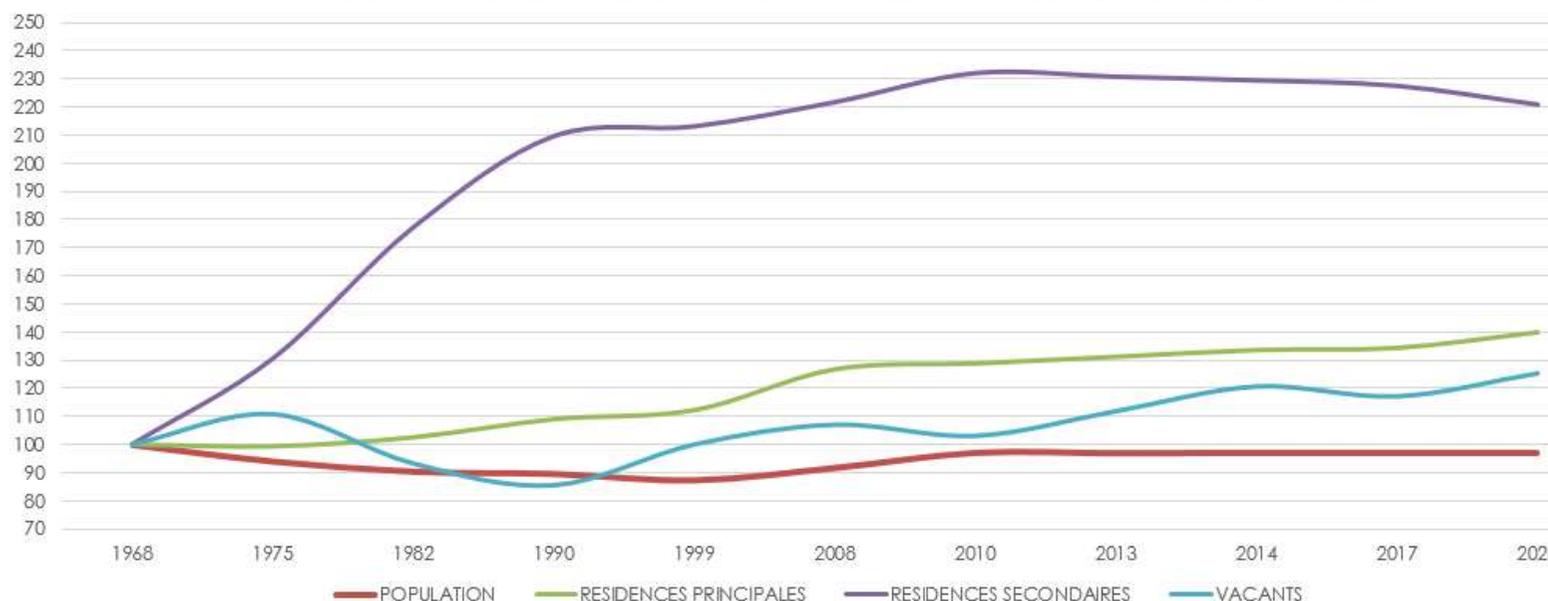
Source : INSEE, traitements DiaThemis.

1.3.4 Logement

Une croissance des résidences principales et une **fulgurante croissance des résidences secondaires** depuis les années 60 avec comme corollaire un positionnement du territoire « résident » et « loisirs », le développement touristique pouvant être gêné par la structure du parc de logement (la sur représentation de lits froids ou au mieux tièdes impactant la fréquentation et la saisonnalité).

A noter le **fort desserrement urbain** : la croissance du nombre de logements est infiniment plus dynamique que celle de la population et le taux de vacance des logements est bien plus faible qu’aux plans régional et national, traduisant un parc et un marché qui se tend (la disponibilité étant faible face à la demande).

Evolution indicielle (100 = 1968) du parc de logements et de la population de CCNB



Source : INSEE, traitements DiaThemis.

1.3.5 SCOT / PLU / PADD

En regard du **besoin de densification** précédemment exposé de manière qualitative et des outils de planification de l'occupation du sol / urbanisme en cours (PLU prescrit 2021 – 2031 et PADD 2023²), il ressort que :

- Les **besoins surfaciques estimés au PADD sont compris entre 20 et 30 ha**,
- Avec un objectif de croissance démographique à échéance du PLUi (2021 à 2031, soit 10 ans) de 600 à 650 habitants supplémentaires soit une croissance moyenne annuelle de +/- 65 habitants / an,
- Avec un objectif de croissance des logements de +/- 45 logements / an.

Objectifs démographique Neste-Barousse sur dix ans	
600 à 650 habitants supplémentaires environ	
Besoins en logements sur dix ans	
400 à 450 logements	
Répartition du potentiel de développement	
Potentiel en densification, opérations de renouvellement urbain et mobilisation de la vacance : 35% à 45% des logements	
Potentiel en extension urbaine : 55% à 65% des logements	
Objectif chiffré de modération de consommation d'espace	
Consommation observée sur les dix dernières années (logements et équipements publics) :	Consommation projetée dans le PLUi (logements et équipements publics) :
Entre 3 et 4 ha/an environ	Entre 2 et 3 ha/an environ

Les **besoins en surfacique économique sont estimés à 5 ha** sur la même période³.

Il n'y a pas de ZAT actuellement envisagée dans le territoire ni d'ER pour des activités touristiques, sachant que le contenu du document d'urbanisme préfigure notamment l'ambition d'un territoire en matière d'accueil et de type d'accueil.

Source : Projet de PADD du 06/07/2023.

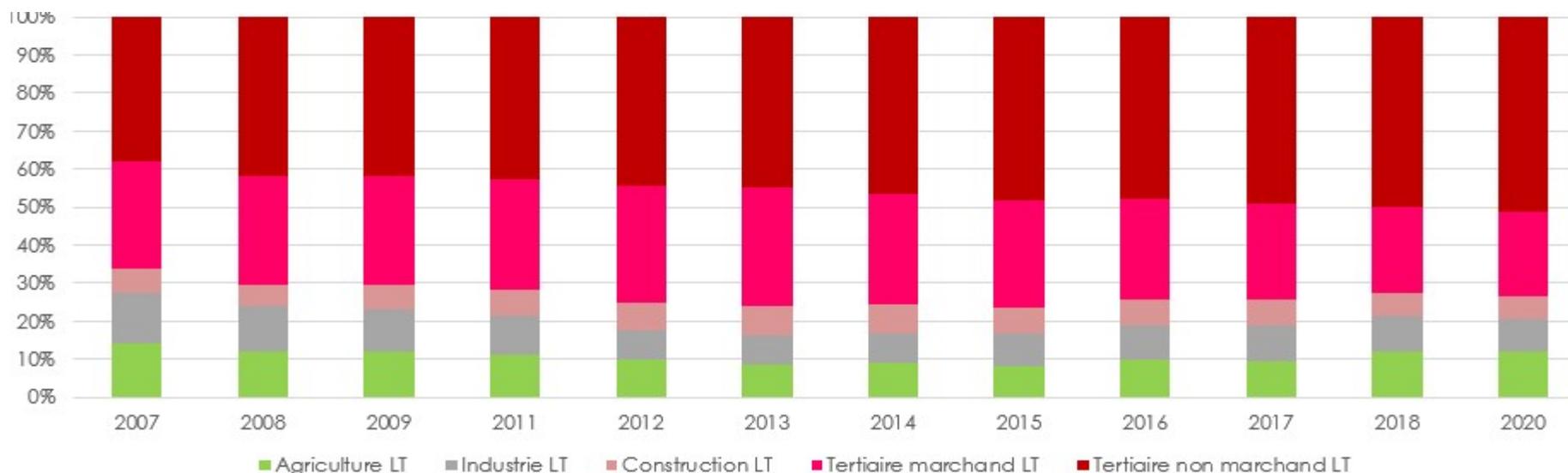
² Version du 06/07/2023.

³ Y compris quelques STECAL.

1.3.6 Secteurs d'activités économiques et emplois

A l'instar du reste de la France, la **structure de l'emploi**⁴ montre une évolution progressive vers davantage de tertiarisation, essentiellement aujourd'hui dans le **tertiaire non marchand**.

L'emploi tertiaire privé est en baisse depuis 2012, traduisant certainement un manque d'initiative privée au sein du territoire.



Structure de l'emploi au lieu de travail en 2020⁵

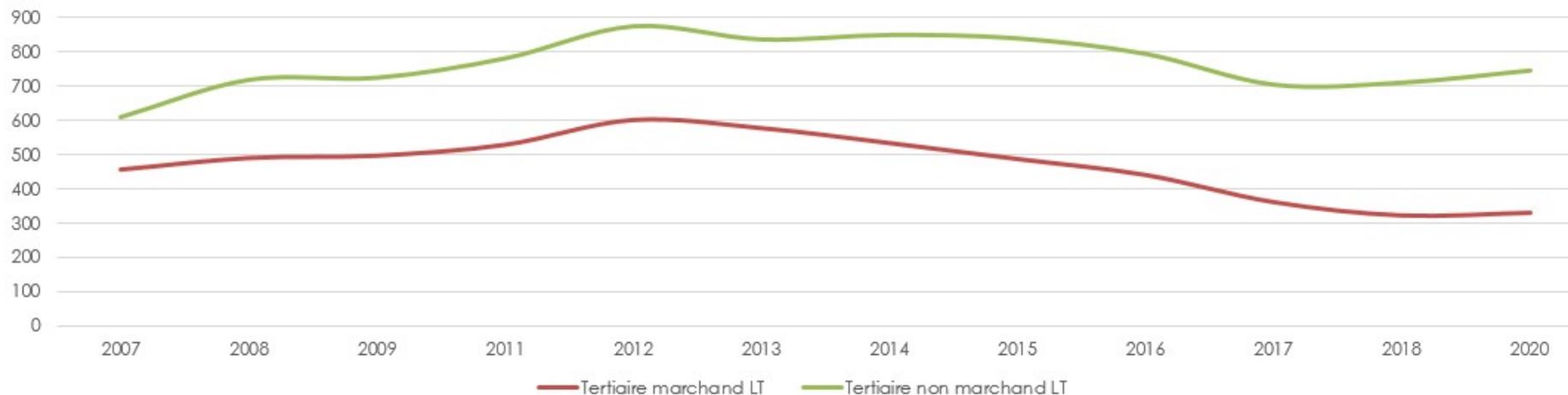
Agriculture	Industrie	Construction	Tertiaire marchand	Tertiaire non marchand	TOTAL
172	127	85	329	744	1 457
11,8%	8,7%	5,8%	22,6%	51,1%	100,0%

Source : INSEE

⁴ Emploi total INSEE au lieu de travail (LT).

⁵ Source INSEE 2020, dernière année diffusée.

Evolution de l'emploi tertiaire marchand et non marchand entre 2007 et 2020



Emplois

Attractivité / évasion économique au niveau des emplois

Depuis 2015, l'emploi au lieu de travail dans le territoire est en baisse progressive, tandis que l'emploi au lieu de résidence se maintient, montrant globalement que **l'évasion des emplois vers d'autres territoires s'accroît**.

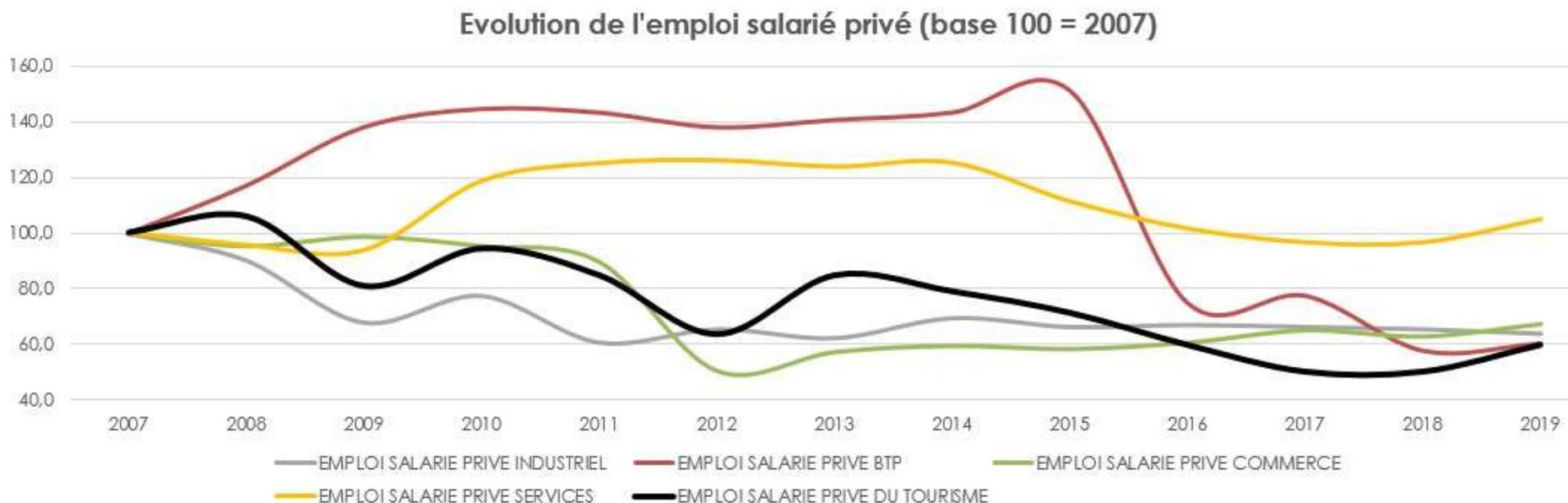
Le territoire est en situation de concurrence économique et doit mettre en œuvre des réponses correctives pour stabiliser puis ré-attirer de l'emploi.

EMPLOI	2007	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2020
Emplois dans la zone (LT)	1 671	1 734	1 741	1 785	1 825	1 835	1 814	1 760	1 712	1 642	1 590	1 601
Actifs ayant un emploi au lieu de résidence (LR)	2 511	2 551	2 578	2 630	2 644	2 650	2 636	2 637	2 622	2 593	2 590	2 599
Indicateur de concentration d'emploi	66,5%	68,0%	67,5%	67,9%	69,0%	69,2%	68,8%	66,7%	65,3%	63,3%	61,4%	61,6%

Emplois touristiques

L'emploi salarié privé du tourisme décroît globalement dans le territoire, ceci doit alerter tant sur les causes économiques (par exemple : la surface financière moyenne des établissements) que sur le mode de structuration des acteurs, avec de plus en plus en TPME de type individuelles / autoentrepreneurs / micro entreprises, notamment dans le domaine des APN.

Cette question de l'emploi touristique devra également poser la question des effets de réseaux – synergies à imaginer entre les acteurs économiques.



Au niveau du périmètre communautaire, l'emploi salarié privé permanent du tourisme représente :

- 31 emplois en 2020 au lieu de travail, soit **94% de l'emploi salarié du tertiaire marchand**, ce n'est relativement pas neutre,
- 2,75 % de l'emploi salarié total du territoire, en absolu c'est plutôt modéré.

C'est d'abord dans la **restauration** que se retrouvent la plupart des emplois.

APE TOURISME	ACTIVITES DU TOURISME	EMPLOIS
55.10Z Hôtels et hébergement similaire	Activites caracteristiques du tourisme	6
55.20Z Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée	Activites caracteristiques du tourisme	0
56.10A Restauration traditionnelle	Activites caracteristiques du tourisme	10
56.10C Restauration de type rapide	Activites caracteristiques du tourisme	0
56.30Z Débits de boissons	Activites caracteristiques du tourisme	0
79.90Z autres services de réservation et activités connexes	Activites caracteristiques du tourisme	0
85.51Z Enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs	Autres activites pour partie liees au tourisme	4
90.01Z Arts du spectacle vivant	Autres activites pour partie liees au tourisme	8
93.12Z Activités de clubs de sports	Autres activites pour partie liees au tourisme	3
93.19Z autres activités liées au sport	Autres activites pour partie liees au tourisme	0
93.29Z autres activités récréatives et de loisirs	Activites fortement touristiques	0
TOTAL		31

Sources : Urssaf 2020

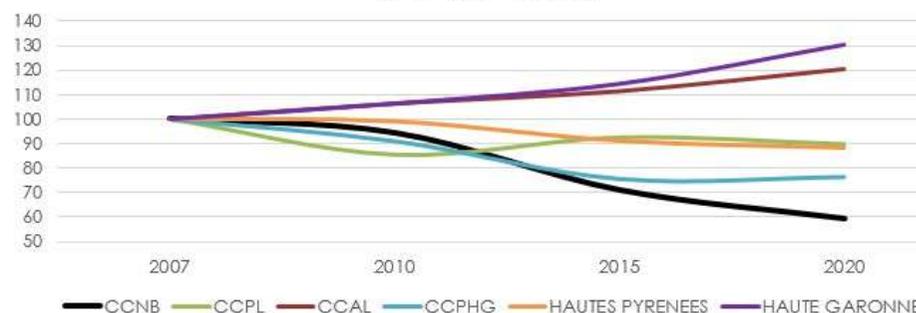
Depuis 2007, tendanciellement, le territoire perd des emplois salariés privés dans le tourisme, tendance aussi observée sur le périmètre CCPHG / Luchon.

Ceci doit porter attention pour endiguer cette évolution baissière, ceci peut s'expliquer par un marché trop étroit (pas assez d'activité) ou trop peu fragmenté (pas assez d'opérateurs), les deux pouvant se conjuguer.

Emploi salariés privés du tourisme	2007	2010	2015	2020
CCNB / Neste Barousse	52	49	37	31
CCPL / Plateau de Lannemezan	254	217	235	228
CCAL / Aure Louron	1 091	1 160	1 215	1 313
CCPHG / Pyrénées Haut garonnaises	644	586	487	492
HAUTES PYRENEES	7 200	7 133	6 563	6 358
HAUTE GARONNE	28 728	30 565	32 894	37 502

Source : Urssaf

Evolution indicielle de l'emploi salarié privé du tourisme par EPCI (2007 = base 100)



Traitements DiaThemis

1.3.7 Environnement, patrimoines naturels, architecturaux - historiques

L'environnement constitue le cadre d'exercice de la majorité des activités touristique du territoire, ce d'autant plus qu'on y rencontre peu d'équipement d'accueil indoor.

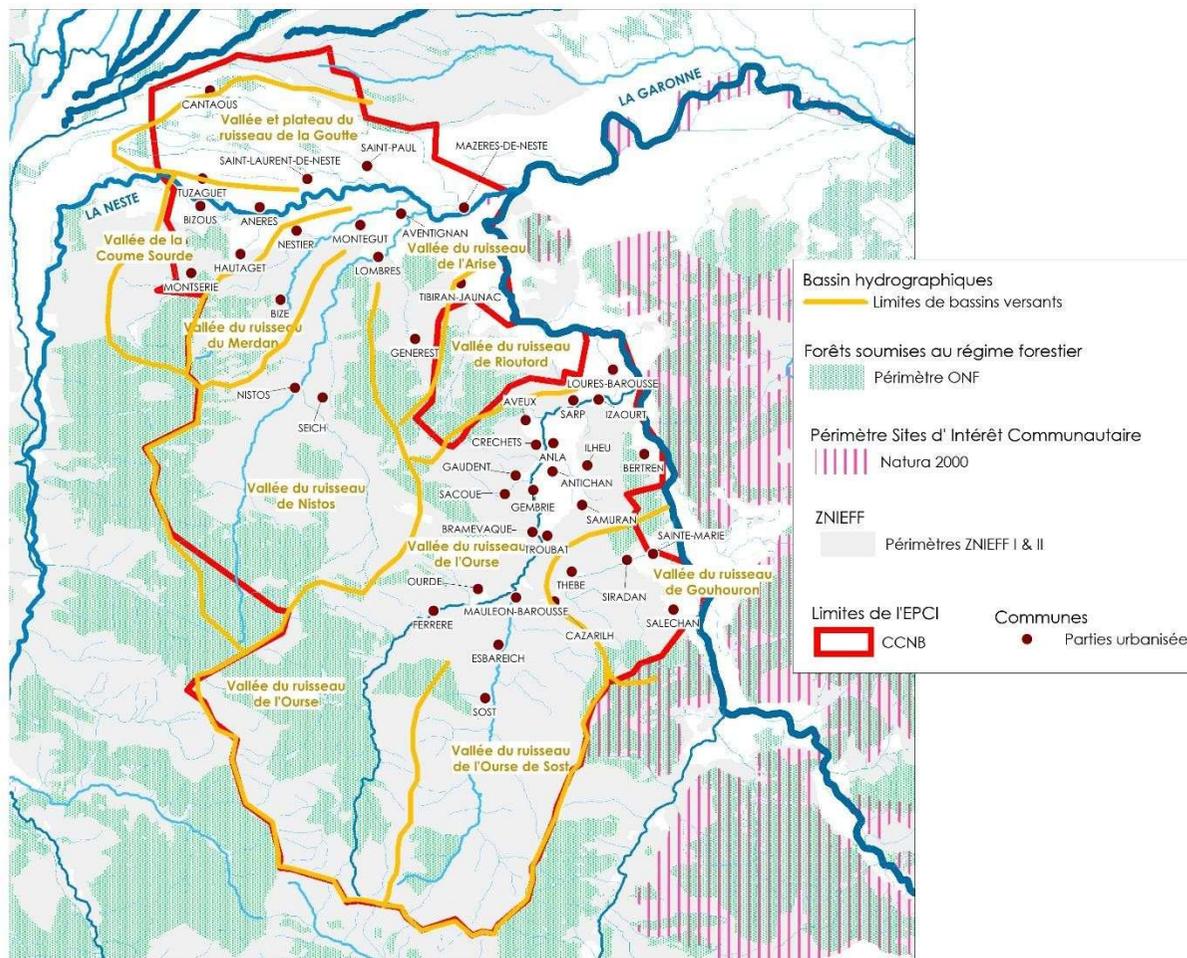
L'environnement est la carte de visite, la **première promesse du territoire**, il constitue le socle qualitatif du territoire.

- Les eaux,
- La forêt,
- La roche,
- Les estives,
- Les zonages / périmètres de protection,

... constituent les supports à l'attraction du territoire, qu'elle soit contemplative ou active.

Le territoire est largement couvert de périmètres de protection environnementaux.

Il intègre également des éléments patrimoniaux remarquables, généralement liés à l'activité humaine.



Monument historique

- **Grottes de Gargas** classées MH depuis 1910.

Sites inscrits

- Bramevaque, château féodal ruines et butte,
- Bramevaque, église et cimetière,
- Siradan, parc de l'établissement thermal,
- Siradan, chapelle de Notre-Dame des Vignes et abords,
- Mauléon Barousse, tour féodale ainsi que l'Ourse et ses rives,
- Ourde, gouffre de la Saoule, parois, cascade, pont plan d'eau de l'Ourse et abords,
- Ourde, église Saint-Martin et cimetière.

PSIC / Natura 2000

- Haute vallée de la Garonne,
- Zones rupestres xéothermiques du bassin de Marignac, Saint-Béat, pic du Gar, montagne de Rié,
- Chaînes calcaires du Piémont Commingeois,
- Garonne, Ariège, Hers, Salat, Pique et Neste.

Nombreuses **forêts soumises au régime forestier** (Guran, Barousse, Nistos, Bertren, Montoussac, Générest ...).

ZNIEFF de type I

- Montagnes de Saint-Bertrand-de-Comminges et de Tibiran-Jaunac,
- Milieux forestiers, rocheux et humides du vallon d'Arize,
- Massif de la Barousse,
- Rochers calcaires et milieux associés du Mail de Maubourg à la Montagne de Gert,
- Chaînon du Sommet d'Antenac au Cap de Pouy de Hourmigué,
- Versants forestiers et rochers calcaires du Mont Mouch.

ZNIEFF de type II

- Piémont calcaire, forestier et montagnard du Nistos en rive droite de la Neste,
- Massif de la Barousse et chaînon du Sommet d'Antenac au Cap de Pouy de Hourmigué,
- Amont des bassins de la Louge, de la Save, du Lavet et de la Noue et landes orientales du Lannemezan,
- Montagnes sèches et rocheuses en rives gauche et droite de l'Ourse et à Saint-Bertrand-de-Comminges.

1.3.8 Budget de l'EPCI CCNB

Globalement +/- 4,5 M€ en dépenses de fonctionnement mandatées et autour de 5 M€ en recettes de fonctionnement mandatées.

Une dépense de fonctionnement autour de 650 € par habitants en 2023.

BUDGET SECTION FONCTIONNEMENT	2020	2021	2022	2023
DEP FONC (A)	3 638 578,38 €	4 062 480,18 €	4 472 073,86 €	4 763 328,08 €
REC FONC (G)	3 703 970,38 €	3 759 905,73 €	4 735 400,76 €	5 186 987,12 €
SOLDE FONC (G - A)	65 392,00 €	-302 574,45 €	263 326,90 €	423 659,04 €

BUDGET SECTION INVESTISSEMENT	2020	2021	2022	2023
DEP INV (B)	666 079,70 €	416 151,52 €	451 423,10 €	798 002,46 €
REC INV (H)	607 693,23 €	630 359,02 €	398 241,33 €	418 563,89 €
SOLDE INV (H-B)	-58 386,47 €	214 207,50 €	-53 181,77 €	-379 438,57 €

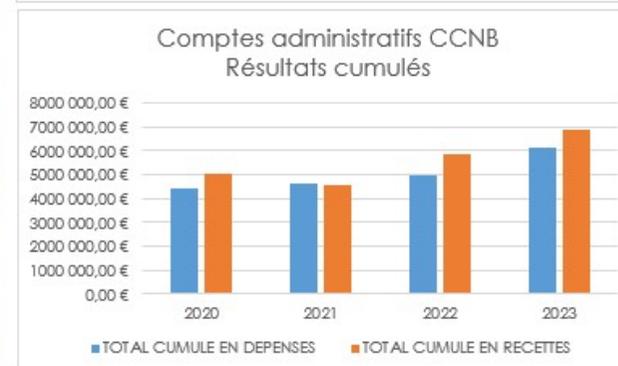
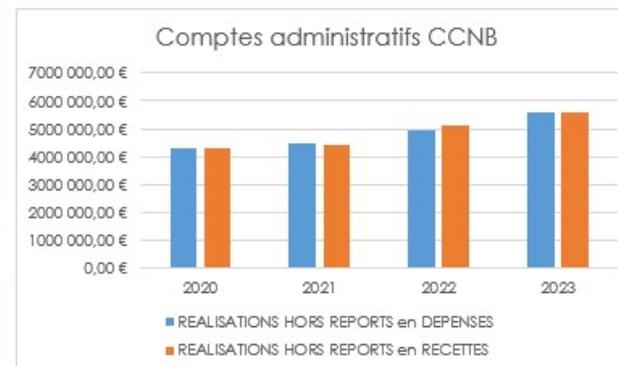
REALISATIONS HORS REPORTS en DEPENSES	4 304 658,08 €	4 478 631,70 €	4 923 496,96 €	5 561 330,54 €
REALISATIONS HORS REPORTS en RECETTES	4 311 663,61 €	4 390 264,75 €	5 133 642,09 €	5 605 551,01 €

REPORTS	2020	2021	2022	2023
Report de l'exercice précédent en section de fonctionnement DEPENSES (C)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Report de l'exercice précédent en section de fonctionnement RECETTES (I)	587 039,00 €	0,00 €	337 138,83 €	600 465,73 €
Report de l'exercice précédent en section de investissement DEPENSES (D)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	166 680,56 €
Report de l'exercice précédent en section de investissement RECETTES (J)	12 541,11 €	0,00 €	219 863,04 €	0,00 €
TOTAL des Réalisations + reports en DEPENSES	4 304 658,08 €	4 478 631,70 €	4 923 496,96 €	5 728 011,10 €
TOTAL des Réalisations + reports en RECETTES	4 911 243,72 €	4 390 264,75 €	5 690 643,96 €	6 206 016,74 €

RESTES A REALISER / RAR	2020	2021	2022	2023
RAR en dépenses de fonctionnement (E)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	127 197,55 €
RAR en recettes de fonctionnement (K)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	368 009,79 €
RAR en dépenses d'investissement (F)	106 748,00 €	156 773,00 €	74 539,20 €	272 369,38 €
RAR en recettes d'investissement (L)	108 934,00 €	156 460,00 €	192 712,55 €	286 704,16 €
TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1 en DEPENSES (E+F)	106 748,00 €	156 773,00 €	74 539,20 €	399 566,93 €
TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1 en RECETTES (K+L)	108 934,00 €	156 460,00 €	192 712,55 €	654 713,95 €

RESULTAT CUMULE	2020	2021	2022	2023
Résultat cumulé FONC avec RAR en dépenses (A + C + E)	3 638 578,38 €	4 062 480,18 €	4 472 073,86 €	4 890 525,63 €
Résultat cumulé FONC avec RAR en recettes (G + I + K)	4 291 009,38 €	3 759 905,73 €	5 072 539,59 €	6 155 462,64 €
Résultat cumulé INV avec RAR en dépenses (B + D + F)	772 827,70 €	572 924,52 €	525 962,30 €	1 237 052,40 €
Résultat cumulé INV avec RAR en recettes (H + J + L)	729 168,34 €	786 819,02 €	810 816,92 €	705 268,05 €
Résultat de fonctionnement cumulé avec RAR (G-A) + I + (K - E)	652 431,00 €	-302 574,45 €	600 465,73 €	1 264 937,01 €
Résultat d'investissement cumulé avec RAR (H-B) + D + (L - F)	-56 200,47 €	213 894,50 €	64 991,58 €	-198 423,23 €
Résultat cumulé FONC - DEP (G - A) + I + (H - B) + D	594 044,53 €	-88 366,95 €	547 283,96 €	811 366,76 €
TOTAL CUMULE EN DEPENSES	4 411 406,08 €	4 635 404,70 €	4 998 036,16 €	6 127 578,03 €
TOTAL CUMULE EN RECETTES	5 020 177,72 €	4 546 724,75 €	5 883 356,51 €	6 860 730,69 €

Source : Comptes administratifs EPCI CCNB, traitements DiaThemis.



Des résultats équilibrés, sous l'effet de l'exploitation et des reports, à part en 2021, avec cependant une dépense moyenne par habitants qui reste limitée.

Globalement une situation saine qui permet à l'EPCI de porter de nombreuses compétences, dont le tourisme.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Depuis 2022, le budget de l'OTI NB rapporté à celui de l'EPCI représente autour de **5 %** des dépenses de fonctionnement à l'OTI, pour la période 2020 - 2023.

Pour le même indicateur Les autres régies touristiques (Gargas, Nistos, O'Cybelles et Maison des sources / chalets de Sainte Nérée) représentent **14 %** en moyenne entre 2020 et 2023.

C'est un montant significatif (équivalent budget communautaire à 19%) mais qui n'est pas financé uniquement par les fonds propres de l'EPCI et la fiscalité locale.

Situation de l'endettement de l'EPCI

Au 31/12/2022

Ref. emprunt	Organisme	Nominal	Taux d'intérêt	Premier remboursement	Capital remboursé au 31/12/2022	Mois courus au 31/12/2022	Capital restant dû au 31/12/2022	Durée résiduelle années au 31/12/2022	Capital annuel moyen restant dû au 01/01/2023	Fin de remboursement estimé
000000049941	CA PG	332 100,00 €	4,76%	01/07/2014	137 082,44 €	102	195 017,56 €	8,17	23 869,96 €	févr-31
00000012819	CA PG	42 285,25 €	4,16%	10/04/2017	22 131,20 €	69	20 154,05 €	8,94	2 254,37 €	nov-31
00002194495	CA PG	160 000,00 €	3,40%	15/06/2022	63 674,34 €	7	96 325,66 €	4,13	23 323,40 €	févr-27
51030695114	CA PG	125 000,00 €	4,04%	10/02/2017	93 338,41 €	71	31 661,59 €	3,78	8 376,08 €	sept-26
51088628354	CA PG	120 000,00 €	4,86%	10/02/2017	104 016,43 €	71	15 983,57 €	5,78	2 765,32 €	sept-28
823247413135	CE MP	40 000,00 €	4,62%	05/01/2017	32 708,84 €	72	7 291,16 €	5,68	1 283,65 €	août-28
TOTAL		819 385,25 €			452 951,66 €		366 433,59 €		61 872,79 €	

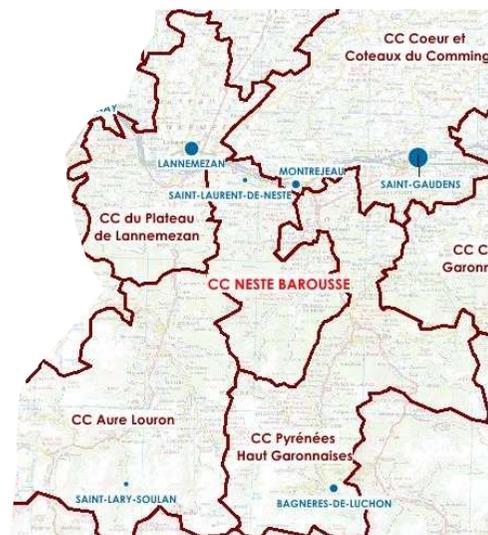
A partir de la situation au 31/12/2022⁶, le capital restant dû se porte à +/- 366 K€ avec un remboursement moyen annuel estimé à 62 K€, le dernier emprunt arrivant à échéance sous 7 ans.

⁶ Dernière situation portée à notre connaissance et en l'absence de nouveaux investissements portés par emprunt.

1.3.9 Relations aux espaces et territoires voisins

L'EPCI est bordé par quatre EPCI :

- A l'Ouest : la CC Aure Louron / CCAL,
- Au nord-ouest : la CC du Plateau de Lannemezan / CCPL,
- Au Nord : la CC Cœur et coteaux du Comminges / CC CCC
- Au sud et à l'Est : la CC Pyrénées Haut Garonnaises / CC PHG, seule intercommunalité extérieure au département des Hautes Pyrénées.



Les liens entre les EPCI sont actuellement plutôt dynamiques avec :

- La CCPL autour d'actions de promotion / communication voire de commercialisation,
- Le PETR Pays des Nestes, autour d'actions pouvant intéresser les EPCI membres : cartographie, document de planification : déplacements, alimentation, eau, déchets,

Ils seraient à renforcer avec CCPHG : lien inter territoires et liens avec Saint Bertrand de Comminges au travers du Syndicat Mixte.

Territoire	Complémentarités	Maillage	Mutualisation
En intra territorial CCNB	TAD et TIL sur une partie de l'EPCI TER pôle multimodal sur une partie de l'EPCI Territoires d'industrie avec Pays de Neste et du Comminges Dispositif prospection - investisseurs CDD65 Schéma directeurs du tourisme, Nistos, Gargas Dispositif d'accompagnement Petites villes de demain	TAD et TIL sur une partie de l'EPCI TER, pôle multimodal sur une partie de l'EPCI PLUi Plan de paysage Stratégie foncière, habitat, densité, économie	Territoires d'industrie avec Pays de Neste et du Comminges Dispositif prospection - investisseurs CDD65 Schéma directeur du tourisme Etude de faisabilité pour le développement 4 saisons de l'Espace Nordique de Nistos Cap Nestès (consultation) Etude de faisabilité pour la définition d'un programme architectural, muséographique et de développement du site de Gargas Nestploria (consultation)

Territoire	Complémentarités	Maillage	Mutualisation
CC Plateau de Lannemezan / CCPL		Navette Carte touristique PETR SCoT	Navette TIL Communication et commercialisation en projet
CC Aure Louron / CC AL		Carte touristique PETR	
PETR Pays des Nestes	Projet Alimentaire de Territoire Plan Avenir Montagne	Schéma directeur Vélo Etude des mobilités touristiques Carte touristique PETR	Déchets GEMAPI Projet Alimentaire de Territoire
CC Pyrénées Haut Garonnaises / CCPHG		Via Garona Trans Garona	Commercialisation partielle en projet
CC Cœur et Coteaux du Comminges / CCCCC			Communication et commercialisation en projet
Actions types	Equilibrage de flux touristiques Développement et renforcement de filières clés Circularité de l'économie Complémentarité des offres	Localisation / spatialisation Continuité des itinéraires Dessertes	Promotion, commercialisation Complémentarité des offres Dessertes Externalités (eaux / déchets)

En toute proximité du territoire, **les sites de Saint Bertrand de Comminges et de Saint Juste de Valcabrère⁷ sont gérés par un Syndicat Mixte ouvert** pour le développement et la promotion du site de Saint-Bertrand-de-Comminges Valcabrère composé de quatre membres :

- La CC PHG
- Le Département de la Haute Garonne
- La commune de Saint Bertrand de Comminges
- La commune de Valcabrère.

⁷ Forte fréquentation annuelle autour de ces deux sites induisant un souhait de rabattement de ces flux vers le périmètre communautaire Neste Barousse.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Cette structure exerce deux types de compétences :

- **Développement et aménagement social et culturel** (compétence à la carte conservée par le Département de la Haute Garonne), comprenant des activités culturelles ou socioculturelles, l'aménagement et la gestion d'un centre d'interprétation de la lecture du patrimoine.
- **Développement touristique**, avec :
 - Promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme
 - Amélioration de l'accueil et des visites touristiques du site
 - Coordination de la mise en œuvre du schéma directeur d'aménagement public réalisé par le Département de la Haute-Garonne,
 - Constitution des dossiers de candidature du site à l'obtention du label régional "Grand Site Occitanie" (obtenu en 2010) et du label national "Grand Site de France".

Malgré l'intérêt et la proximité de ces deux sites, les liens sont quasi inopérants, le Département de la Haute Garonne n'ayant pas développé de partenariats extra territoriaux avec le territoire Neste Barousse.

1.3.10 Partenaires institutionnels de la compétence tourisme et alignement SDTL NB – SDTL 65 – SRDTL Occitanie

Mise en perspective des politiques touristiques départementales et régionales avec politiques territoriales ou sectorielles du territoire/EPCI.

Département Hautes Pyrénées	Région Occitanie
<p>Le Département des Hautes Pyrénées n’a pas réalisé un SDTL récent et appui sa politique touristique départementale sur le carnet de route réalisé en 2018 autour de 6 politiques départementales sous formes d’axes techniques.</p> <p>Qualité des offres via des dispositifs ad hoc (projets de territoire et AAP, accompagnement aux porteurs de projets, qualification des hébergements.</p> <p>Politique Produit / Prix avec une volonté d’afficher de contenus différenciant, des produits affinitaires / ciblés et une formation aux acteurs pour créer et développer leur gamme.</p> <p>Politique de communication, multi canal, structurée, basée sur des produits à fort contenus, avec du marketing direct mais aussi de l’affichage dans des univers presse.</p> <p>Politique de commercialisation, circularité et local, en limitant les intermédiaires, rapprochement TO/AV.</p> <p>Politique d’observation, veille et diffusion, SIT, observation professionnalisée.</p> <p>Politique d’animation et de formation, sous forme d’ateliers techniques ou de formats plus traditionnels, rencontres professionnelles.</p>	<p>Le SRDTL 2022 – 2028 s’organise en quatre défis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Accompagner la transition écologique, sociale et numérique des entreprises et des territoires touristiques pour s’émanciper des dynamiques de sur fréquentation touristique Pour le territoire CCNB, ce défi concerne la transformation énergétique, environnemental et numérique des structures touristiques, la question des mobilités et pratiques durables. 2. Expérimenter de nouvelles dynamiques économiques locales en lien avec les habitants Pour le territoire CCNB, ce défi concerne la transformation des resorts montagne en polarités 4 saisons, la recherche de modèles économiques territoriaux plus vertueux. 3. Accélérer l’attractivité des territoires, des produits et des destinations sans produire d’externalités négatives sociales ou environnementales. Pour le territoire CCNB, ce défi concerne la valorisation des savoir-faire, terroirs au travers de stratégies marketing de territoire. 4. Faire ensemble et conforter une gouvernance efficiente Pour le territoire CCNB, ce défi concerne la transformation du tourisme, l’adaptation aux effets du changement climatique, l’accompagnement aux filières touristiques.

<p>Une orientation verticale, par tâches ou grandes fonctions de la chaîne de valeur touristique.</p> <p>Prise en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Du parcours métier, de la formation et de la situation concurrentielle inter acteurs, • Du marketing touristique et de ses composantes. 	<p>Poursuite des actions engagées sur le précédent SRDTL : politique des Grands Sites Occitanie / médiation culturelle, aides au TSS, stratégie montagne, ingénierie financière.</p> <p>Prise en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Du parcours de transition dans le tourisme (gouvernance publique améliorée, transition écologique et numérique, résilience, financement) • Des objectifs du développement durable dans les projets.
--	---

Même si les angles d’attaque sont différents ainsi que le niveau de la concertation ayant servi à construire, globalement les orientations politiques des acteurs de la compétence tourisme partagée sont convergentes entre elles et avec les préoccupations touristiques du territoire Neste Barousse.

Pour faire se rapprocher ces trois intervenants, il faudrait notamment traiter des points suivants dans le futur schéma :

- Prise en compte des enjeux du **développement durable** dans la construction de projets, d’offres de produits et équipements,
- **Durabilité, circularité et sobriété des offres** mises en avant,
- Adaptation aux **effets du changement climatique** sur les activités et les modèles économiques,
- **Professionnalisation / formation des acteurs** à l’accueil via des dispositifs de formation et un marketing de plus en plus affinitaire,
- **Local et contenus** dans les opérations de marketing,
- **Visibilité numérique** et tourisme.

1.3.11 Les grands enseignements des entretiens réalisés

Echanges croisés concernant le positionnement du territoire, les compétences et missions touristiques

Synthèse globale des échanges avec :

- Mr RUMEAU / Président CCNB,
- Mme Maryse BEYRIÉ / Présidente PETR Pays des Nestes,
- Mme Marie Pierre Meillan / chef de projet avenir montagne / PETR Pays des Nestes,
- Mr Jérôme UCHAN Vice-Président au tourisme CCNB,
- Mr Julien BEGUE / Maire Espareich,
- Mr Jean Claude ROZIER / Mairie de Montsérié,
- Mr Sylvain SAVAZZI / Pdt Commission Tourisme /CCNB,
- Mme Joëlle FORTASSIN / Maire Bramevaque,
- Mr Maxime LAGARDE / Directeur de développement CCNB,
- Mr Bastien GERLAND / Gravitéo.

Une démarche active de l'intercommunalité en faveur du développement touristique

Au travers de l'exploitation de régies touristiques, de la réalisation d'investissements matériels et immatériels, l'EPCI s'engage dans un développement touristique de territoire, en régie, en partenariat soit avec le PETR ou directement avec les territoires concernés.

Plusieurs études, projets de développement ainsi que les partenariats déjà exposés avec les territoires aux marges montrent une réelle volonté d'appréhender le tourisme comme un axe de développement raisonné majeur. Entre autres (sans exhaustive) :

- Etude de repositionnement de la base des O'Cybelles,
- Schéma Directeur de Développement touristique et de loisirs Neste Barousse, en cours,
- SCoT – PLUI,
- Plan Avenir montagne,
- Projet de territoire en cours,
- Etude de valorisation des lacs Nestier / Montégut,
- Etude de faisabilité pour le développement 4 saisons de l'Espace Nordique de Nistos Cap Nestès (consultation en cours),
- Etude de faisabilité pour la définition d'un programme architectural, muséographique et de développement du site de Gargas Nestploria (consultation en cours).

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Un territoire qui a besoin de se professionnaliser, de se moderniser et de se structurer et qui se situe aux marges d'autres, avec des effets frontières encore importants (institutionnels, géographiques et commerciaux).

Un territoire qui doit **s'inscrire dans une identité locale** à construire, « petit territoire des Pyrénées », sans démarche de différenciation marquée, en essayant de développer des partenariats, il ne pourra « pas faire tout seul ».

Des facteurs compliquant :

- Un espace morcelé, pas facile d'appréhension, avec une complexité géographique (pour les touristes) et administrative (notamment pour les porteurs de projet) et peu de pôles d'attractivité forts,
- Un manque d'appréhension du tourisme, des retombées possibles, il faut penser à satisfaire résidents et touristes,
- Aujourd'hui une clientèle à revenu assez faibles, un territoire qui capte du résident, transit et des touristes, qu'il faut réussir à « attraper » via A64, D929 ou N125 avec un parc limité en hébergements, souvent hérité d'une offre TSS vieillissante et qui ferme progressivement.
- Un certain nombre « d'actifs touristiques » sont extérieurs (Station Nistos, Balès pour partie), plusieurs sentiers de randonnées ne sont pas maillés par une offre de services, plusieurs socioprofessionnels ne sont pas des professionnels de longue date, il faut que le territoire se transforme et prenne son rythme.

De fait il y a aujourd'hui souvent le **réflexe à limiter toute velléité de croissance**, « rester petit », avec l'impression qu'un marché touristique fragmenté avec uniquement des « petits acteurs » sera protecteur et durable.

Les 3 communautés de communes proposent une offre diversifiée.

Globalement les **activités diversifiées situées sur le territoire de la CCNB** sont **sportives, loisirs et culturelles**, les espaces naturels préservés ne peuvent compenser la « notoriété » et le secteur « montagne » mais la CCNB dispose d'une offre complémentaire aux autres territoires du PETR : grottes de Gargas, sentiers de randonnées, vélo/VTT, festivals et fêtes sportives... Le PETR « n'a pas son mot à dire » sur les stratégies ou autres plans d'actions des collectivités et des offices de tourisme, même si parfois il peut jouer un rôle de « passerelle » entre les différents acteurs touristiques.

Il existe une cohérence certaine à avoir entre les axes prioritaires du Plan Avenir Montagne du PETR, pour lesquels des études sont actuellement en cours, qu'il faudra prendre en compte et agréger et le présent SDT, qui sont :

1. Mobilité et gestion des flux touristiques : avec une nécessité coordonner les travaux (PETR et SDT CCNB réalisé par DiaThemis) relatifs à des circuits globaux à initier autour de « pôle » (Gargas, les O'Cybelles, Col des Ares / Nistos / Port de Balès / Château de Bramevaque, maison des Sources, falaises de Troubat, etc.).
2. Valorisation et mise en tourisme du patrimoine, avec 4 communes dites prioritaires : Esbareich, Ferrère, Mauléon-Barousse et Sost,
3. Requalification et rénovation de l'offre foncière touristique : avec une nécessité de montée en gamme, de qualification, tant dans les prestations qu'en matière énergétique/thermique tout en considérant les besoins en locatif annuel,
4. Poursuite des actions de mutualisation des outils de mise en avant de l'offre touristique du Pays des Nests (carte touristique, agenda culturel...) : qu'il est nécessaire de coordonner et de travailler ensemble avec les territoires voisins, ce même si cela est parfois difficile comme avec l'Aure Louron, car pour les clients il y a une logique géographique et culturelle. L'OTI doit être fédérateur, coordinateur pour l'ensemble des acteurs socio-professionnels de l'ensemble des filières, jusqu'à les professionnaliser et prendre comme exemple le plan alimentaire territorial (producteurs locaux, circuits courts, restauration...) et participer à la gestion des « conflits d'usages ».

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Le lien entre les 3 EPCI, communes et leurs offices de tourisme ne peut se faire au travers des sentiers de randonnées en raison d'une géographie complexe, inadaptée, mais des navettes pour une mobilité des clientèles entre EPCI seraient envisageable et permettraient de rendre visible cette diversité complémentaire et d'optimiser l'activité économique touristique sur les ailes de saisons.

HPTE a une stratégie de promotion et de communication « quasi » totalement tournée vers les 4 domaines skiables et ne dispose pas de centrale de réservation à proprement dit permettant la réservation et paiement en ligne. L'association présente des produits packagés, qui semblent surtout répondre à la demande et conçoit des prestations à la carte, néanmoins, lorsqu'il est proposé des prestations « clés en main » HPTE est disposé à en faire la promotion.

Dans ce contexte **l'enjeu principal pour la CCNB/OTNB sera de structurer son offre** après un travail de fonds qui a débuté, en sensibilisant, professionnalisant les acteurs professionnels du tourisme. Il s'agirait de mettre en œuvre une véritable action de coordination de ces acteurs pour qualifier l'offre, disposer d'une quantité et d'une qualité d'hébergement appropriée avant de pouvoir commercialiser.

Le **tourisme expérientiel** est une action déjà initiée auprès des socio-professionnels producteurs et artisans susceptibles de s'engager dans une offre pertinente. Des partages d'expériences pourraient être envisagés avec les producteurs mais cela nécessiterait impérativement une formation de ces derniers (méthode d'accueil et pédagogique) tout en considérant les difficultés structurelles liées aux ERP et d'aboutir à une disponibilité efficiente face aux attentes de clientèles et ne pas rendre l'activité déceptive face aux aléas organisationnels/conceptuels pour ces types d'activités parfois difficile à planifier avec exactitude.

Il est nécessaire de **prendre en compte l'identité « vélos » du territoire** en assurant le développement de la filière vélos touristiques (à contrario du vélo sportif) par l'instauration du « label vélos » et de tous les services connexes nécessaires à cette activité (lavage, réparation, recharge, alimentaire, boisson, etc.).

Le ressourcement, le bien-être, tel que « Balnéa » à Loudenvielle, le thermalisme ou la balnéothérapie pourraient être ou devenir un enjeu pour le territoire face au risque du manque de neige lié au réchauffement climatique.

Sur la **commercialisation** de l'offre touristique de la CCNB les avis sont partagés,

- Soit ce n'est pas un enjeu vu la concurrence des plateformes numériques, voire celle de l'HPTE,
- Soit le site d'HPTE pourrait être un moyen de commercialiser, en complément de la création d'une centrale de réservation commune (CC Neste Barousse – CC Plateau de Lannemezan), un projet déjà engagé sur le principe de l'achat et de son financement.

Cet outil permettrait d'alléger la charge administrative en automatisant les contrats de réservation et les paiements des clients et, par conséquent, dégager du temps alloué à d'autres missions/actions.

DiaThemis – Maître Christian Gosseaume – Juin 2024

La CCNB n'a pas vocation à devenir à court ou moyen terme une destination, mais doit « surfer » sur la **notoriété des territoires, des sites voisins** même au-delà du PETR : Saint-Bertrand des Comminges, Luchon, Saint Lary, peut être Lourdes, Tourmalet... et **rendre visible l'offre diversifiée complémentaire**, une fois qualifiée/professionnalisée, orientée vers : le slow tourisme, la mobilité douce, les beaux/remarquables paysages, l'hébergement cosy, la balade, le sport (vélo/vtt, trail, course, les saveurs alimentaires/gastronomie, circuits courts. L'artisanat et l'agriculture pourraient également être un argument attractif, une vitrine/boutique de la CCNB/OTI.

In fine, **organiser/coordonner/structure l'offre**, avant de promouvoir pour accueillir et informer les clientèles en conséquence, considérant que l'observatoire départemental, via des pôles touristiques non pertinents⁸, n'apporte peu d'éléments exploitables sur les types de clientèles et leurs demandes/attentes.

Le système flux vison d'Orange apporte, par pôle, une notion relative, quantitative, des mouvements sur le territoire.

Le problème majeur reste la quantité et qualité des hébergements et de la restauration, ce d'autant plus que la durée moyenne de séjour est généralement très courte, 1 à 2 nuits généralement. Néanmoins deux établissements hôteliers sont en cours de réhabilitation et un certain nombre de nouveaux acteurs dans le domaine du guidage ou de l'accompagnement, en pleine nature et montagne, viennent ou viendront étoffer l'offre touristique.

⁸ Chaque domaine skiable = 1 pôle, Lourdes et Tarbes = chacune 1 pôle et le « reste » = 1 pôle.

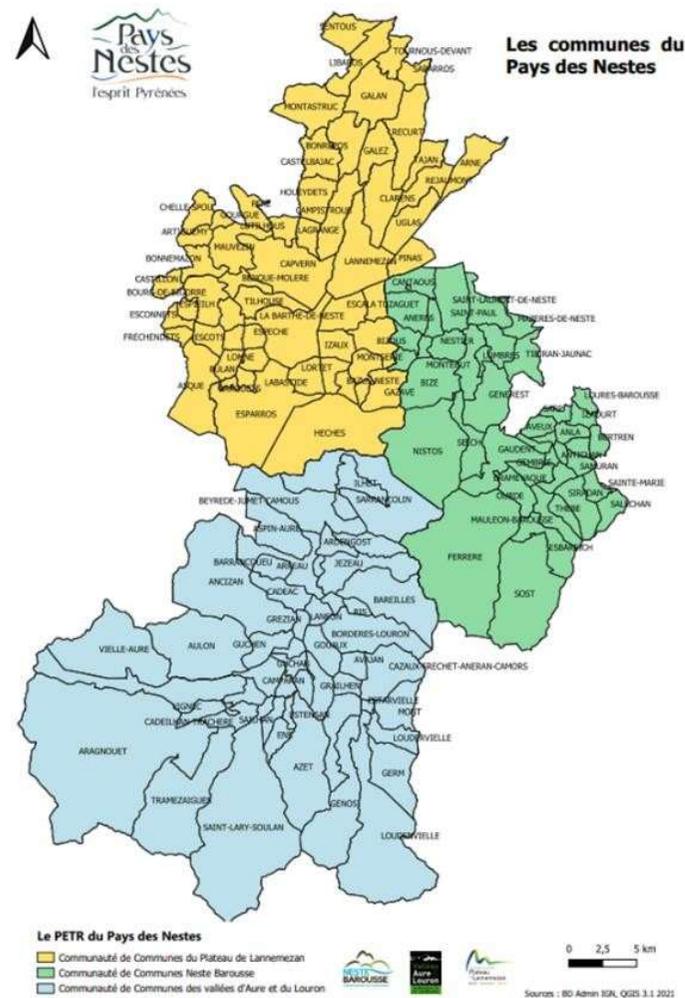
Focus PETR / Pays des Nestes

Le PETR représente 146 communes réparties au sein de 3 communautés de communes :

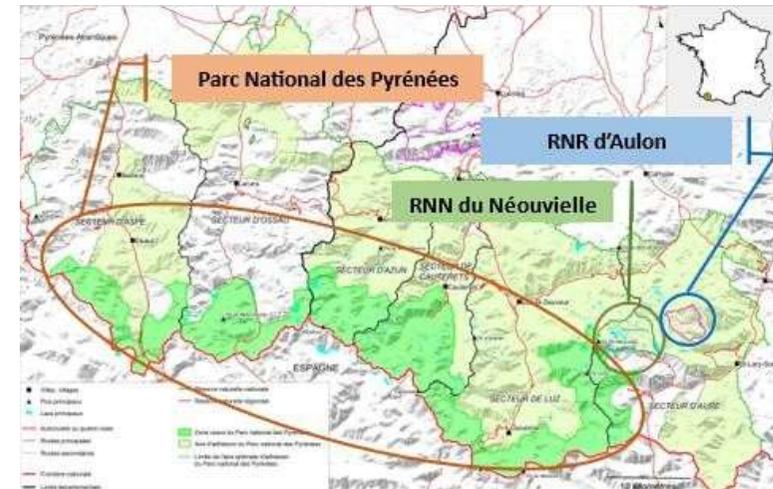
- **Communauté de communes Neste-Barousse** (CCNB),
- **Communauté de communes du Plateau de Lannemezan** (CCPL),
- **Communauté de communes des Vallées d’Aure et du Louron** (CCVAL).

- 4 domaines skiables : Piau-Engaly, Peyragudes, Saint-Lary-Soulan et Val Louron et un espace nordique à Nistos (CCNB),

- « Les Vallées d’Aure et du Louron » sont labellisées Pays d’art et d’histoire et Grands Sites Occitanie.



- Des **espaces naturels** au sud-ouest du PETR
 - o Réserve Naturelle Régionale d'Aulon,
 - o Parc National des Pyrénées,
 - o Réserve Nationale Naturelle du Néouvielle.



L'agriculture est très présente sur l'ensemble du PETR, avec deux secteurs dominants :

- L'élevage de bovins et ovins (le pastoralisme une pratique ancestrale),
- et une diversité de petites productions : pisciculture, élevages de volailles, de porcs, aviculture, maraîchage, transformation végétale et laitière.

La CCNB dispose de cette **diversité** avec en outre la fabrication de bières locales, confiseries, biscuits, chocolat...



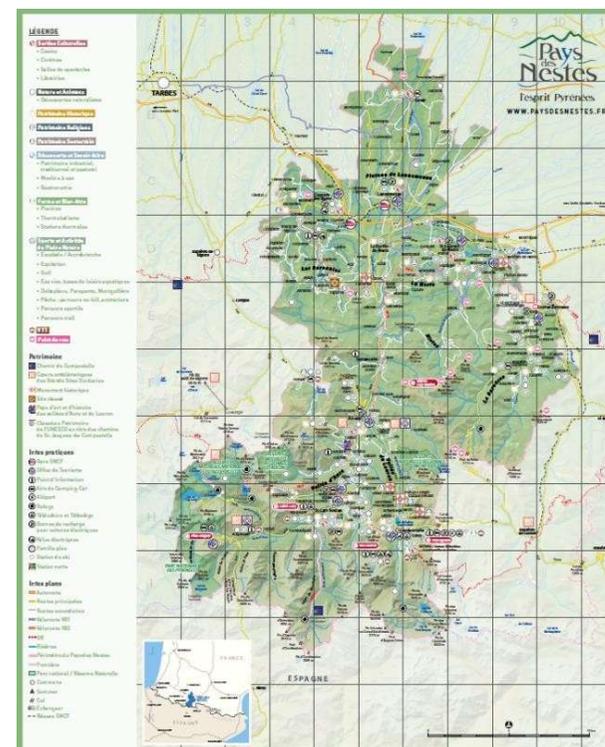
DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

En matière de tourisme le PETR exerce une mission de coordination et d’animation des activités des 6 offices de tourisme :

- Office de tourisme Coeur des Pyrénées,
- Office de tourisme Pyréné’Neste Barousse,
- Office de tourisme Pyrénées 2 Vallées,
- Office de tourisme Haute Vallée du Louron,
- Office de tourisme de Piau-Engaly,
- Office de tourisme de Saint-Lary-Soulan.

Objectifs :

- Mettre en réseau les Offices de tourisme,
- Coordonner toutes les actions collectives réalisées, en favorisant le transfert d’expériences,
- Réaliser d’une carte touristique commune.



Les ateliers de travail en phase diagnostic, du 07/06/2024

Une bonne participation et un bon climat ont prévalu à ces **deux ateliers**, qui ont rassemblé chacun une vingtaine de personnes : invités (élus, socioprofessionnels), personnels techniques de la CCNB et de l'OTI et les Bureaux d'études. Il y a eu un atelier en matinée avec comme thème « **Territoire et attractivité** » et un atelier en après-midi avec pour thème « **Gouvernance Tourisme EPCI & OT NB** ».

Les participants (confer annexe 8) ont disposé d'un temps pour renseigner, par atelier, **la fiche de travail portant sur la FFOM, la place du tourisme dans l'activité économique du territoire, les orientations et priorités par filières, les projets pertinents, l'évolution des activités commerciales** (gestions, prestations, partenariats...), **les aménagements utiles à la visibilité, l'accessibilité des visiteurs, les suggestions pour développer/progresser**.

En reprenant les **verbatim des personnes ayant répondu au questionnaire**, nous avons produit deux analyses FFOM, une pour chaque atelier, qui sont globalement convergentes avec nos analyses (confer à comparer chapitre 4.3.3).

Analyse FFOM – Atelier TERRITOIRE & ATTRACTIVITE (atelier à effectif mixte et paritaire élus et socioprofessionnels)

FORCES	FAIBLESSES
Nature/paysages (eau : rivières/lacs, végétaux et faunes) et patrimoines préservés et de qualité, authentiques.	Accessibilité au territoire et entre les 2 vallées, signalétique, confidentialité du territoire, manque de valorisation.
Tranquillité et proximité de grands axes routiers, de bassins de vie (Toulouse, Tarbes, Pau, Bordeaux...).	Manque d'offres, de services et d'infrastructures de base (hébergements groupes, indoor, restauration 7/7 jours, gastronomie).
APN : randonnées, VTT, équestre, pédestre, canoé, escalade, pêche (lacs).	Maison des sources (vétusté, critère conditionnel : projet à imaginer avec CCNB comme pilote).
Volonté locale de partenariat avec les territoires voisins.	Faiblesse des investissements privés.
Produits locaux, gastronomie, pastoralisme, artisanats, filière agroalimentaire.	Cohésion de l'offre et coordination des acteurs touristiques (mise en réseau des acteurs).
Enthousiasme de l'équipe de l'OTI et développement des outils commerciaux.	Manque de professionnalisme des socioprofessionnels, conflits d'usage des APN/forestiers/éleveurs.
Nouveaux acteurs touristiques.	Périodes d'ouvertures des prestataires réduites.
Grand site Occitanie à proximité.	Mobilités décarbonées peu présentes.
Détente, bien-être.	Patrimoines bâtis dégradés et mauvaise qualité des hébergements.
Offres touristiques et culturels.	Patrimoines et qualité de vie peu mis en avant.
	Budget OTI, quantité de RH à l'OTI, absence de cible clients.

Source : Verbatims des répondants.

Analyse FFOM – Atelier TERRITOIRE & ATTRACTIVITE

OPPORTUNITES	MENACES
Etudes (4 saisons à Nistos, Gargas, inventaire du patrimoine, mobilité des flux touristiques).	Absence de volonté pour les partenariats avec les CC voisines ou partenariats fragiles.
Schéma directeur départemental vélos, GT VTT.	Individualisation/déstabilisation si absence de coordination/cohésion.
Porteurs de projets/investisseurs mis en confiance.	Baisse de la population et changement du cadre de vie.
Partenariats avec CCPHG, CCPL, 5C, Grand Site, Luchon .	Budget CCNB faible et arbitrages avec autres compétences.
Optimisation du produit de la taxe de séjour.	Attentes des clientèles non satisfaites.
PNR en construction / identification.	Connexion numérique et signalétiques.
Accès ferroviaires projetés.	Professionnalisation des acteurs.
SDT, structuration/coordination/organisation des usages.	Perte de visibilité du territoire.
Densité démographique et création d’hébergements (à l’année et touristique).	Modèle économique fragile du territoire, manque de projets, d’installations/équipements/hébergements pour groupes, jeunes.
Amélioration qualité de vie des locaux.	Immobilisme.
Tourisme durable, slow tourisme.	Conflits d’usage des APN/forestiers/éleveurs.
Développement activités sportives et animations/événementiels.	Changement climatique, manque de neige, crues.
	Potentielle surfréquentation et perte du locatif à l’année.

Source : Verbatims des répondants.

FFOM – Atelier GOUVERNANCE TOURISME – EPCI & OTNB (atelier à effectif dominant de socioprofessionnels)

FORCES	FAIBLESSES
Densité/diversité des paysages, nature préservée, patrimoines.	Mobilités/accessibilité.
Diversité des activités.	Pas d'offre globale cohérente (package), ni thématique, ni saisonnière.
Vie culturelle.	Sites indoor, restauration, hébergements, offre hors saison estivale, offre loisirs.
Accueil des habitants.	Manque de coordination des acteurs.
Attractif car peu de densité touristique.	Manque de visibilité du territoire, des artisans.
Liens entre les opérateurs.	Manque d'animations culturelles/fêtes de village, de rencontres.
Productions locales.	Relations départementales avec la Haute-Garonne, absence d'implication.
Comminges/Pyrénées centrale, transfrontalier.	Gestion publique inadaptée, modèle économique.

Source : Verbatims des répondants.

OPPORTUNITES	MENACES
Identité de territoire vert (faunes, flores).	Dérèglement climatique.
Ferroviaire (à l'hydrogène).	Marché locatif (annuel et touristique), vieillissement des villages et perte de dynamisme.
Dynamisme pour l'offre touristique et les structures.	Non structuration de l'offre.
Développement du slow tourisme.	Trop peu de TPE et PME aux budgets faibles.
Partenariats structurants avec les acteurs publics (PETR, CC, Départements).	Concurrence des territoires similaires.
Bassins de vie régionaux et clients espagnols.	Absence de cohérence sur l'offre.
Développement identité forte, authentique.	
Développement accessibilité avec mobilités vertes.	
Création d'événementiels, accueil jeunes urbains.	
Coordination des acteurs : tourisme, culture, artisanat, agricole, art/artiste.	

Source : Verbatims des répondants.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

A l'issue des notes / remarques / interventions des participants, les cabinets d'études ont présenté leur perception des FFOM après analyse des documents, du territoire et entretiens individuels effectués.

Les participants sont **globalement d'accord avec les cabinets d'études** et sont satisfaits qu'enfin une situation territoriale soit « estampillée », « qualifiée » de sorte à pouvoir orienter la stratégie et les actions qui en découleront, et qu'il sera nécessaire :

- De **formaliser les partenariats** en commençant avec les territoires voisins (Lannemezan, Luchon, Saint-Gaudens), le PNR et l'ONF, et ensuite, voire avec l'Espagne,
- Que **l'inventaire du patrimoine** en cours doit être utilisé pour mettre en tourisme Gargas et le Mont Ergé (bâti, historique, agriculture...),
- De réfléchir pour aboutir, à comment **apporter/donner un capital confiance aux investisseurs**,
- De préparer/réfléchir à comment **intégrer au PLUI le(les) zonage(s) utile(s) pour les équipements touristiques éphémères**,
- **D'intégrer le tourisme social** déjà existant sur le territoire,
- De considérer le **maintien des plans d'eau pour les loisirs, les sports et la pêche** en y associant la découverte pédagogique, à défaut de pouvoir les faire évoluer en conséquence du risque crues/inondations,
- D'optimiser la nécessité :
 - De **coordination globale par l'OTI**, et plus particulièrement pour les animations locales, de suppléer les indépendants/polyvalents à certains services, de rendre le site Internet interactif,
 - **D'expliquer/simplifier la collecte de la taxe de séjour** et de démonter l'usage du produit de la taxe de séjour,
 - **D'accompagner/former les hébergeurs à l'accueil, à la diffusion de l'information** pour qu'ils deviennent de véritables « ambassadeurs »,
- De **réfléchir pour être moins soumis à la saisonnalité des activités** (Nistos l'hiver, les O'Cybelles l'été, etc.) en développant notamment sur d'autres sites des installations éphémères pour des espaces détente, des lieux de pause randonnée...etc.

La place du tourisme dans l'activité économique du territoire

- Un **manque de considération pour les branches d'activités touristiques**, leurs revenus actuels et potentiels,
- Une **équipe de l'OTI très efficace, active et dynamique** mais qui manque de visibilité : un besoin de savoir qui fait quoi entre tous les acteurs publics (CCNB et OTI NB) : méconnaissance des rôles, objectifs et une attente de développement de la mission coordination de l'OTI,
- La **Maison de sources doit jouer un rôle plus important sur l'économie touristique** en donnant de la visibilité au territoire, la CCNB doit :
 - S'investir dans la définition des attendus du Syndicat en y intégrant sa politique économique touristique,
 - Relancer l'appel à projet pour la restructuration du site et aboutir à une sécurisation du site et réduire la facture énergétique,
 - Imaginer un projet et des contenus pour ce site (il est alors évoqué la possibilité d'un tiers lieu pour des ateliers collaboratifs et des événements).

Les orientations et priorités par filières

- Observer les comportements et attentes des clientèles pour organiser et développer les prestations,
- Qualifier les hébergements touristiques (classement des meublés de tourisme par l'OTI – agrément en cours d'obtention),
- Développer la restauration sur le territoire, tant l'existant (Maison des sources), que par la création,
- Conserver le réseau des sentiers et chemins de randonnées/balades et garantir l'entretien par les acteurs présents : chasseurs, filière équestre, agriculteurs et randonneurs). A ce propos le représentant de la filière équestre présent a indiqué que les fédérations équestres disposent de moyens et peuvent être des partenaires importants sur le financement et l'entretien de sentiers/ pistes. Il est également rappelé aussi que les Hautes Pyrénées, le Comminges et l'Aragon disposent, au travers du GECT Pyrénées Pirineos et du Poctefa, de financements importants sur les filières équestre – VTT – Canyoning,
- Raconter une histoire : la « petite histoire du territoire » (géographie, faunes, flores, artisans, producteurs locaux, les légendes pyrénéennes),
- S'approprier le marché locatif pour permettre un équilibre et garantir des logements à l'année pour les habitants,
- Les APN hors neige, et plus particulièrement pour la filière vélo (lieu d'accueil, garage, location...),
- L'activité équestre avec des cibles de clientèle à identifier, des projets transfrontaliers à développer, d'y associer des prestations privées existantes,
- Associer les activités isolées à d'autres prestations (bien-être, escalades, restauration...),
- Réfléchir au maintien et à la création des services tant pour les habitants, que pour les touristes (circuits),
- Sensibiliser et former pour une professionnalisation des acteurs touristiques.

Les projets pertinents :

- Vélotourisme : aires de services, label accueil vélo, rando vélo/VTT/sportif,
- Aménagement du Port de Balés,
- Restructuration de la Maison des sources,
- Restauration en continue à Maléon-Barousse et à Gargas,
- Gestion des flux à anticiper de sorte de les répartir sur les différents lieux/sites.

L'évolution des activités commerciales

- Créer des packages.

Les aménagements utiles à la visibilité

- Gestion des flux à anticiper de sorte à les répartir sur les différents lieux/sites,
- De considérer que l'accueil mobile, comme les bornes d'information ne sont pas des priorités envisageables actuellement,
- D'accompagner/former les hébergeurs à l'accueil, à la diffusion de l'information pour qu'ils deviennent de véritables « ambassadeurs ».

L'accessibilité des visiteurs

- Gestion des flux à anticiper de sorte à les répartir sur les différents lieux/sites,
- Optimiser la signalétique, à l'entrée puis sur le territoire,
- Préparer, initier la communication sur le ferroviaire (faire participer les prestataires).

Les suggestions pour développer/progresser

- Rendre visible les actions de l'OTI pour ensuite mieux coordonner
- Les hébergements pour accueillir durablement les visiteurs mais également dans la continuité de l'itinérance des visiteurs,
- Commencer par s'associer avec Saint-Bertrand de Comminges sur la base du règlement des Grands Sites d'Occitanie, considérant que la CCNB ne dispose d'aucun frein pour travailler avec les territoires voisins, que cela est même indispensable.

Entretiens thématiques réalisés avec les trois personnels de l'OTNB

L'équipe dispose d'un bon climat relationnel, c'est une équipe plurielle en matière d'antériorité, de 5 ans à 9 mois pour la plus récemment recrutée.

Organisation du travail

L'organisation du travail est répartie entre les personnels (confer chapitre 2.2.4) de telle sorte qu'il apparait aujourd'hui un besoin pour un poste d'accueil chargé de suppléer l'équipe actuelle⁹ pour tous les échanges téléphoniques et mail, en effet les trois personnels se plaignent d'être trop mobilisés en front office. Il serait peut-être également intéressant de disposer d'un standard numérique avec des numéros par personnel, une messagerie et peut être un chatbot pour les questions les plus récurrentes.

Lieux et Temps de travail

L'ouvrabilité des BIT semble déconnectée des flux accueillis et des adaptations pourrait être réfléchies.

Le SADI retient l'attention avec 3 lieux physiques sur le périmètre communautaire, 1 projeté et d'autres OT très proches en dehors du périmètre communautaire.

Les tâches menées pour la diffusion de l'information locale et pour la commercialisation sont très chronophages et très récurrentes.

Centre de recettes

L'OT développe une politique d'offre de services.

En commercialisation

- La commercialisation est un sujet qui mobilise beaucoup les équipes (conception des produits, outil elloha ...). Il est projeté de développer de nouveaux formats plus réguliers (journées ou séjours cohésion) pour consolider les ventes,
- La méthodologie qui a conduit à proposer les séjours est héritée d'un personnel qui n'est plus en poste, sans que l'on sache exactement comment ces produits ont été créés (couples produits / marchés sont peut-être à revisiter).
- Beaucoup de tâches sont non automatisées dans la commercialisation des séjours et journées.

En qualification de l'offre

- La formation au classement des meublés a été réalisée de telle sorte que cette prestation pourra être rapidement mise en œuvre.

⁹ Sans avoir à utiliser des volontaires en services civiques ou stagiaires.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Ergonomie du site web

La réservation en ligne est à optimiser.

Les cartographies vectorielles mériteraient d'être requêtées par un dispositif n'obligeant pas à visualiser en permanence l'ensemble des enregistrements de la base de données.

Attente de l'équipe par rapport au SDT NB

Définir des priorités et optimiser les moyens.

A noter que le territoire, dénommé « commercialement » **PyréNeste Barousse** via son office de tourisme, utilise une base line « **le petit territoire des grandes aventures** », afin de jouer sur les contrastes.

En résumé

Un petit territoire touristique, une certaine complexité spatiale, avec une **vraie grandeur en termes d'attraits** mais une **taille un peu critique sur les marchés** du tourisme : des fragilités liées à sa taille mais aussi à sa localisation et sa notoriété.

Des paysages, formations, forêts et **patrimoines environnementaux** qui donnent un caractère sauvage et préservé au territoire, une **dimension patrimoniale importante**.

Un **territoire qui réfléchit et qui « bouge »** : volonté de développement raisonné, investissements immatériels / études et matériels au service du tourisme.

Un **schéma de mobilités et plusieurs axes d'itinérances douces** qui maillent le territoire.

Un **contexte socioéconomique** classique des zones périurbaines de piémont : croissance douce, mutations des emplois vers davantage de services résidents / excursionnistes / touristes, préservation du cadre de vie et un modèle d'accueil à inventer.

Des **territoires voisins, pouvant être constitutifs d'une future destination**, avec des actions de développement en cours de réflexion (promotion, communication, commercialisation) un deal à trouver sous couvert de synergies territoriales.

Un **EPCI qui dispose de moyens pour impulser** un schéma de développement mais aussi de **moyens plus restreints pour sa réalisation**. Des élus attentifs à trouver un équilibre entre un modèle résident et un modèle touristique raisonné.

2 ANALYSE DE L'EXERCICE DE LA COMPETENCE TOURISME COMMUNAUTAIRE

1. Analyse de l'exercice de la compétence tourisme et des missions attribuées

1. Analyse de l'organisation de la compétence tourisme

Aux termes du I de l'article L5214-16 du CGCT la **CCNB exerce, notamment, de plein droit**, parmi les actions de développement économique la compétence :

- La promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme,
- La création, l'aménagement, l'entretien et la gestion de ZAT (zone d'activité touristique).

NB : Cependant, au titre de l'article L5214-16 du CGCT, l'animation touristique reste donc une compétence partagée, au sens de l'article L. 1111-4, avec les communes membres de l'établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre. En outre, la jurisprudence (CAA Lyon, 5ème chambre – N° 19LY00830 et 19LY02838 – Commune d'Excenevex) est venue préciser que les manifestations locales et les équipements communaux d'accueil tels que les campings, gîtes, bases de loisirs, etc. ne sont pas non plus inclus de droit dans la compétence intercommunale.

L'EPCI dispose également :

1. D'autres compétences obligatoires au secteur du tourisme très transversal et susceptibles d'être considérées en matière de développement économique ou encore lié à la fréquentation et quantité des flux de visiteurs :

- Aménagement de l'espace pour la conduite d'actions d'intérêt communautaire : le ScoT, le schéma de secteur et le PLUI,
- La gestion des milieux aquatiques et prévention des inondations... entretien/aménagement d'un cours d'eau, canal, lac ou plan d'eau et des accès,
- La protection et la restauration des sites, des écosystèmes aquatiques et des zones humides, et des formations boisées riveraines
- Collecte et traitements des déchets des ménages et déchets assimilés.

1. De **compétences supplémentaires et facultatives, complémentaires** voire nécessaires, associées à celle de la promotion du tourisme :

1. - **Compétences supplémentaires :**

- Schéma intercommunal de sentiers de randonnées pédestres,
- Aménagement, entretien et gestion de voies,
- Opération façades et cœur de village.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

- Création, aménagement et entretien de la voirie d'intérêt communautaire.

2.2 - Compétences facultatives

- Création et mise à disposition d'infrastructures à haut débit,
- Construction, gestion et entretien des gymnases de Saint-Laurent de Neste et de Loures Barousse.

Et enfin, pour l'exercice de l'ensemble de ces compétences la CCNB peut adhérer à un Syndicat mixte, indépendamment de l'avis des communes membres de l'EPCI.

De rappeler :

- Qu'en application de l'article L5214-16 du CGCT l'animation touristique est une compétence partagée, au sens de l'article L. 1111-4, avec les communes membres de l'EPCI
- Que la jurisprudence (CAA Lyon, 5ème chambre – N° 19LY00830 et 19LY02838 – Commune d'Excenevex) est venue préciser que les manifestations locales et les équipements communaux d'accueil tels que les campings, gîtes, bases de loisirs, etc. ne sont pas inclus de droit dans la compétence intercommunale.

Le tourisme ne doit être « regardé », géré comme une compétence « isolée ». Pour que les actions définies dans le cadre d'un SDET, le reflet d'un choix politique efficient, il est nécessaire de prendre en compte toute la transversalité du secteur des activités touristiques et la nécessité d'adapter, de faire évoluer l'ensemble de manière cohérente.

Au regard des compétences exercées par la CCNB, nonobstant la compétence « tourisme », la mise en œuvre des compétences supplémentaires et facultatives statutaires précitées doivent systématiquement être associées afin d'optimiser la réalisation de l'ensemble. Cela doit aboutir à une visibilité identitaire homogène, qui *in fine* constituera l'attractivité au regard des différentes clientèles.

A contrario, d'offrir une offre touristique morcelée ou indépendante/isolée, risque de créer un déceptif, si les services attendus par le client ne sont pas opérationnels : accessibilité/mobilité, qualité/diversité, originalité/innovation, authentique/culturel, histoire(s)/patrimoine, loisirs/sports, naturel/environnemental, etc.

2.1.2 Analyse des statuts de l'Office de Tourisme

L'office de tourisme a été **créé le 19 janvier 2017**, en application de la loi NOTRe et du transfert de la compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » à l'EPCI.

La nature juridique de l'OT est **une régie disposant de la seule autonomie financière, sans personnalité morale** se confondant ainsi juridiquement avec l'EPCI. Il n'a pas été déterminé lors de sa création s'il gérait un SPA (service public administratif) ou un SPIC (service public industriel et commercial).

L'opération de qualification d'un service public en SPA ou SPIC se réalise suivant deux étapes :

- Premièrement, il convient de rechercher si une disposition législative ou réglementaire qualifie le service en question ;
- Deuxièmement, en l'absence de qualification législative ou réglementaire, il faut se référer à la jurisprudence développée par le juge administratif.

En l'espèce aucun texte ne qualifie un office de tourisme dans l'une ou l'autre des catégories, puisque l'article L133-1 laisse à la collectivité le choix de la nature juridique. Par conséquent, selon la jurisprudence constante un service public est présumé être un SPA sauf si 3 conditions cumulatives sont réunies et si l'une des 3 conditions vient à manquer, la présomption en faveur du SPA joue « automatiquement » :

- L'objet du service, qui est administratif, car d'intérêt général et que l'activité commerciale n'est pas prépondérante,
- Le financement, qui est administratif, car émanant de dotations/subventions et de la taxe de séjour,
- Les modalités de fonctionnement, qui sont administratives, car n'ayant aucune similitude avec les entreprises privées comparables.

***In fine*, il s'agit donc d'une régie gérant un SPA.**

Il dispose d'un **siège social à Saint-Laurent de Neste et de 2 BIT** (bureau d'informations touristiques) **à Sarp et à Gargas.**

Ses **missions** déléguées (directement sans DSP) sont :

1) Celles **obligatoires** prévues à l'article L133-3 du code du tourisme :

- Assurer l'accueil et l'information des touristes,
- Assurer la promotion touristique de l'EPCI, mais il n'est pas rappelé que cela est en coordination avec le CDT et le CRT,
- **I** contribue à coordonner les interventions des divers partenaires (professionnels et associations) du développement touristique local : en doublon (!),

2) Celles complémentaires (facultatives) :

- **I** est chargé, par l'EPCI, de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles,
- **I** contribue à l'animation du territoire et des sites, ce qui fait également pour partie doublon (!) avec la mission de « coordination » ou encore de l'animation des loisirs ...,
- **I** est autorisé à commercialiser des prestations de services touristiques dans les conditions prévues au chapitre unique du titre Ier du livre II.

I est immatriculé (la CC Neste Barousse) au registre d'Atout France sous le n° IM065220002 disposant ainsi de l'autorisation pour commercialiser, sur le territoire de l'EPCI, des prestations de services touristiques (forfaits touristiques et autres services de voyages) depuis le 2 août 2022. Dans le sens, où il souhaiterait commercialiser en dehors de sa ZGI (zone géographique d'intervention) statutaire, il serait nécessaire de modifier lesdits statuts et d'avoir l'accord du/des territoires voisins concernés,
- **I** est consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques (la loi laisse la possibilité mais ne l'oblige pas).

Ces missions, et même si elles ne sont pas toutes encore exercées par manque de moyens financiers et humains **suffisent à structurer l'office de tourisme** et permettront à minima d'assurer une montée en puissance et de participer au développement économique touristique dans le cadre d'un SDT établi. Néanmoins, si l'activité commerciale de l'office de tourisme qui pourrait servir « d'initiateur, de déclencheur » avec et pour l'ensemble des prestataires touristiques, **il sera sans doute utile de compléter les statuts en y ajoutant d'autres missions** (observatoire pour connaître mieux les clientèles, gestion d'équipements), voire de clarifier le secteur de l'animation et le rôle exact de l'office de tourisme (organisation, soutien/participation, promotion, etc.).

L'OTI a été **classé en catégorie II pour 5 ans jusqu'au 28 juin 2024**.

L'organisation et le fonctionnement sont conformes aux textes : 1 conseil d'exploitation qui est consulté sur les questions d'ordre général et émet des avis sous l'autorité du conseil communautaire et de son président qui est l'ordonnateur de la régie. Le conseil d'exploitation est constitué d'une majorité de 10 élus de l'EPCI et d'une minorité de 9 membres représentant les socio-professionnels :

- Hôteliers restaurateurs,
- HPA,
- Meublés/chambres d'hôtes et toutes autres formes d'hébergements,
- Agriculteurs,
- Producteurs locaux,

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

- Accompagnateur/animateur (sans autre précision : montagne, loisirs, sports ???),
- Associations (sports, loisirs, culturels... ???) et comité des fêtes,
- Commerçants et artisans (pour ces derniers il pourrait y avoir doublon avec les producteurs locaux ???).

Les statuts ne font pas état du directeur comme le précise les termes de l'article L2221-14 du CGCT qui précise qu'une régie est administrée sous l'autorité du président et du conseil communautaire, par un conseil d'exploitation et un directeur désignés dans les mêmes conditions sur proposition du président. Il aurait été préférable/conseillé de faire état de cette désignation dans les statuts, ainsi que du rôle/fonctions dudit directeur, sans préjudice de son contrat de travail/arrêté de nomination dont nous ne disposons pas.

Les ressources humaines sous contrat de droit public conformément aux statuts de la régie gérant un SPA, sont composées :

- D'un responsable, et donc pas d'un directeur,
- D'un chargé de la commercialisation et de la promotion,
- D'un conseiller en séjour,
- D'un chargé événements et taxe de séjour.

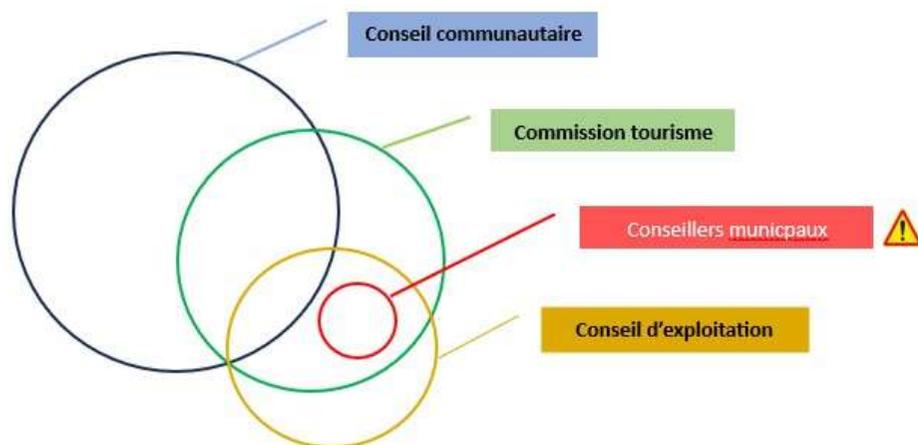
Les agents assurent également l'accueil de 1^{er} niveau France services afin d'accompagner les usagers dans leurs démarches administratives.

2.2 Analyse de la gouvernance

2.2.1 Analyse organisationnelle des missions et actions réalisées

L'organisation interne de la compétence promotion du tourisme + OTI + sites touristiques

Une organisation peu visible, empilée/pyramidale qui impose une démultiplication des acteurs/actions, un système qui dispose d'une représentation très administrative de « redite » et *in fine*, sans doute de perte de temps, considérant que certains élus sont membres des 3 entités :



En outre, des conseillers municipaux sièges au sein de la commission tourisme et surtout du conseil d'exploitation alors que selon les termes de :

- 1) L'article L5214-16 du CGCT, les communes ont été dessaisies de la compétence promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme
- 2) L'article 31 de la loi n° 2019-1461 du 27 décembre 2019 « engagement et proximité », un EPCI à fiscalité propre ou sans fiscalité propre dispose effectivement de la faculté de se faire représenter dans un syndicat mixte par un conseiller ou par un conseiller municipal d'une de ses communes membres. Mais cette disposition ne vaut pas pour toutes les représentations dans tous les établissements ou organismes dans lesquels l'EPCI est représenté, elle ne vaut que pour une représentation dans un office de tourisme. Et c'est en effet ce qu'est venu confirmer une interprétation du Conseil d'Etat (avis du 28 octobre 1986) qui distingue deux cas de figure. Lorsqu'un texte prévoit la représentation d'une assemblée délibérante, ce représentant « ne peut être choisi qu'au sein de cette assemblée ».
- 3) L'article R133-19 du code du tourisme précisent qu'un office de tourisme, sauf pour un EPIC, que l'organe délibérant est, notamment, composé des représentants de l'EPCI. Par conséquent un élu municipal ne peut siéger au sein du Conseil d'Exploitation de l'OTI (pm : ici le CE n'a pas de fonction délibérante mais consultative).

2.2.2 Les locaux de l'OTI Neste Barousse

Les biens immobiliers des 2 BIT sont « mis à disposition » par la CCNB, sans qu'il soit nécessaire de convenir d'un acte le justifiant puisque l'OTI ne dispose pas de personnalité morale. Celui du siège social est la propriété de la commune de Saint-Laurent de Neste qui le met également à disposition de la CCNB, pour l'office de tourisme et France services, dans le cadre d'une convention d'une durée d'1 an renouvelable tacitement.

Cette convention convient d'un coût annuel de 500 € pour les fluides (électricité et eau) et reste à la charge de la CCNB les frais de téléphone/internet et d'entretien. La CCNB assure l'ensemble des droits du propriétaire en matière de gestion.

Cependant, il est utile de rappeler que les termes de l'article L 5211-17 du CGCT prévoit que **le transfert de « entraîne de plein droit l'application à l'ensemble des biens, équipements et services publics nécessaires à leur exercice, ainsi qu'à l'ensemble des droits et obligations qui leur sont attachés à la date du transfert**, des dispositions des trois premiers alinéas de l'article L1321-1, des deux premiers alinéas de l'article L1321-2 et des articles L 1321-3, L 1321-4 et L1321-5.

Dans ce cadre La CCNB aurait dû être substituée à la commune de Saint-Laurent de Neste pour le siège social, dans leurs droits et obligations découlant des contrats portant notamment sur des emprunts affectés, marchés publics, délégations de service public, contrats de location, contrats d'assurance, contrats de prestations de services (fluides, matériels...), que ces dernières ont pu conclure pour l'aménagement, l'entretien et la conservation des biens remis ainsi que pour le fonctionnement des services, et par conséquent la mise à disposition :

- Est réalisée à titre gratuit (cf. les 500 €) et ne donne lieu au paiement d'aucune indemnité ou taxe, ni d'aucun droit, salaire ou honoraires,
- Est constatée par un procès-verbal, et pas une convention à durée déterminée renouvelable tacitement, établi contradictoirement entre les représentants de la commune et de l'EPCI, pour lesquels figurent en annexe un état descriptif des biens transférés,
- La commune aurait dû notifier cette substitution à ses cocontractants, les contrats sont exécutés dans les conditions antérieures jusqu'à leur échéance, sauf accord contraire des parties. La substitution de personne morale dans les contrats en cours n'entraîne aucun droit à résiliation ou à indemnisation pour le cocontractant.
- La CCNB, peut (doit) ensuite procéder à tous travaux de reconstruction, de démolition, de surélévation ou d'addition de constructions propres à assurer le maintien de l'affectation des biens.

Le SADI s'organise comme suit :

Trois lieux d'accueil physique sont utilisés à ce jour : Saint Laurent de Neste, Gargas et Sarp.

Ces locaux sont fermés tous les jours fériés, les lundis et WE et ouverts comme suit :

- Pour Saint-Laurent de Neste et Sarp, du mardi au vendredi de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 17h00,
- Pour les grottes de Gargas le vendredi de 10h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Le classement en cat. II, impose une **cohérence entre les jours et horaires d'ouverture avec la fréquentation touristique** avec, pour le BIT principal un minimum d'ouverture d'au moins 180 jours par an, pour une durée minimale de 3 heures par jour et de 1080 heures par an.

Actuellement les 3 BIT accueillent une fréquentation physique plutôt modérée : 2 856 contacts en 2018, 1 303 en 2019, 1 354 en 2020 et 1 761 en 2021...

2021	Flux guichet	Part %
Saint Laurent de Neste	229	13%
Sarp	459	26%
Gargas	1 073	61%
TOTAL	1 761	100%

Source : OTI NB – 2021

Les flux physiques de Juillet et d'Août peuvent représenter plus de 60 % de la fréquentation guichet annuelle.

Globalement depuis 2018 on assiste à une forte variabilité des flux : une baisse de l'accueil physique, une montée des appels téléphoniques, tandis que la part des mails décroît.

	2018	2019	2020	2021
Guichet	75%	12%	7%	19%
Téléphone	25%	8%	31%	34%
Mail	nc	80%	62%	48%

Source : OTI NB.

... cependant les 3 personnels actuels font remonter le **besoin d'un poste d'accueil** pour se décharger du temps passé à l'accueil, trop chronophage pour exercer d'autres missions convenablement.

Si l'on devait rapporter le flux de visiteurs / guichet au budget global de la structure, 1 visiteur accueilli aurait « coûté » +/- 163 € en 2021.

Il y a une hypothèse de la création d'un **nouvel accueil physique à Mauléon Barousse**, sans validation à ce stade. Pour mémoire, les conséquences directes de l'ouverture d'un nouveau BIT au plan budgétaire sont importantes et doivent être estimées en regard des flux potentiels à accueillir (confer annexe 7).

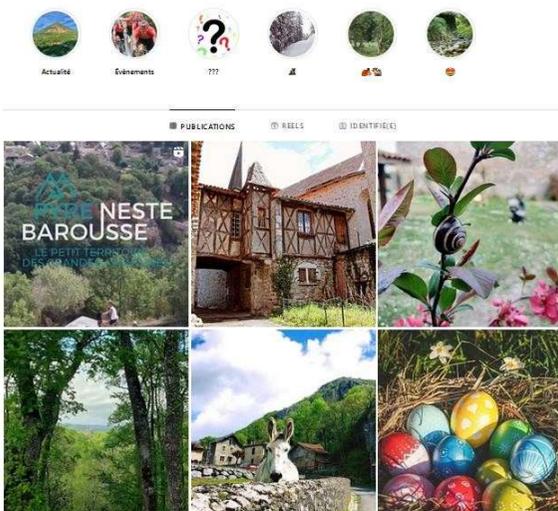
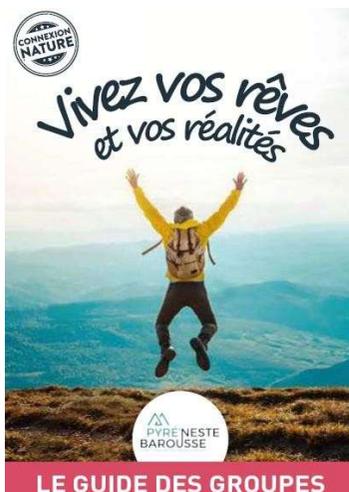
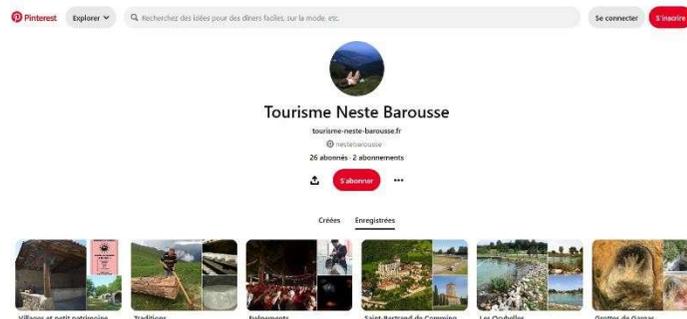
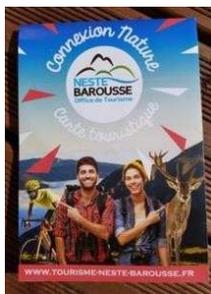
Il n'y a **pas de projet d'accueil mobile** à ce jour.

Schéma de diffusion de l'information / DI

Canal de Diffusion	Médias	Type d'information	Cible / Prospects
Portail web	https://tourisme-neste-barousse.fr	Informations générales	Prospects Clientèle en séjour
	https://tourisme-neste-barousse.fr/brochures-touristiques/		Clientèle en séjour Locaux
	https://tourisme-neste-barousse.fr/download/carte-des-sentiers-de-randonnees/ y compris guide «familles », guide «enfants » e guide «groupes »		
Réseaux sociaux	https://www.facebook.com/communautedecommunesnestebarousse/?locale=fr_FR	Promotion du territoire et des partenaires	Prospects Clientèle en séjour
	https://www.pinterest.fr/nestebarousse/ https://www.instagram.com/pyre_nestebarousse/	Promotion thématisée	
	https://tourisme-neste-barousse.fr/resultats/?cat_commune=ALL&cat_type=BOUGER&cat_sousType=FETEMANIF	Promotion thématisée	Clientèle en séjour Locaux
	https://tourisme-neste-barousse.fr/lettre-dinformation/	Agenda	Propects Clientèle en séjour Locaux
Réseaux Socio-professionnels Neste Barousse	https://tourisme-neste-barousse.fr/category/sejours/	Documentation, guide séjours, ciblage affinitaire	Prospects Clientèle en séjour
	https://tourisme-neste-barousse.fr/category/revues-de-presse-et-communiques/	Presse	Partenaires
	https://tourisme-neste-barousse.fr/acces-membre/	Accès membres / thématique	Partenaires
	https://tourisme-neste-barousse.fr/utile-et-pratique/	Kits Information / utile et pratique	Partenaires
	https://tourisme-neste-barousse.fr/adhesions/	Adhésions	Partenaires
Partenaires hors CCNB (Autres OT, professionnels du territoire, ...)	Guides séjours : https://tourisme-neste-barousse.fr/category/sejours/ et https://tourisme-neste-barousse.fr/category/sejours/sejours-groupes/ carte touristique : https://tourisme-neste-barousse.fr/wp-content/uploads/2020/05/98374350_624464008279920_2242098118218743808_n.jpg Carte touristique pays des Nests : https://tourisme-neste-barousse.fr/download/carte-touristique-du-pays-des-nestes/ Carte des producteurs locaux : https://www.paysdesnests.fr/projet-alimentaire-du-pays-des-nests/carte-interactive-des-producteurs/ Carte des sentiers de randonnées : https://tourisme-neste-barousse.fr/download/carte-des-sentiers-de-randonnees/	Documentation	Clientèle en séjour

Portail web départemental	https://www.tourisme-hautes-pyrenees.com/Pyrenees-Trip/Les-Vallees/Les-vallees/Neste-Coteaux-Barousse-Baronnies	Présentation / services Clientèle en séjour
Portail web régional	https://www.tourisme-occitanie.com/fr/fiche/commerce-et-service/office-de-tourisme-neste-barousse-saint-laurent-de-neste_TFOORGMD065FS001B7/	Présentation / services Clientèle en séjour

Source : Analyse des moyens web, DiaThemis.



2.2.3 La convention d'objectifs entre la CCNB et l'office de tourisme

La convention entre la CCNB et l'OTI dispose que l'OTI met en œuvre des actions en cohérence avec les orientations publiques que sont principalement **les 4 missions «régaliennes» (art. L133-3 du code du tourisme) d'un office de tourisme.**

En outre, il **élabore et met en œuvre la politique touristique**, qui est à notre sens inexistante à proprement dit, mais la convention liste néanmoins **un grand nombre d'actions à mettre en œuvre qui semblent disproportionnées par rapport aux 3 agents affectés à leur réalisation.**

Les orientations stratégiques thématiques ne sont pas perceptibles et toutes les missions, **à la vue de l'effectif ne sont pas, ne peuvent pas être mises en œuvre.**

Aucun élément ne porte sur le contrôle de l'usage des subventions allouées, du produit de la taxe de séjour ou encore des recettes commerciales en cohérence et proportionnellement pour chacune des actions. Un élément fondamental au-delà du contrôle de l'usage des fonds publics, nécessaire à l'optimisation du produit de la taxe de séjour.

Le lien interactif entre la collectivité, l'office de tourisme et les autres régies (juridiquement ils ne font qu'un), **n'est pas perceptible** au regard des éléments de ladite convention ou encore des éléments comptables. La coordination des actions semble ne pas être liées, même si parfois elles se complètent, voire elles permettent l'équilibre comptable, alors que ces dernières devraient se concrétiser par un **ordonnement des actions de chacun des opérateurs impliqués** dans un certain ordre afin d'atteindre les objectifs fixés. Il s'agira donc de rétablir et d'ordonner la place de tous les acteurs publics (EPCI et régies) et cela de manière coordonnée par la collectivité compétente et « l'outil » office de tourisme.

Les initiatives et actions déjà initiés/amorcées par l'office de tourisme disposent de cette organisation où l'on semble avancer dans une **bonne dynamique, mais dans l'urgence sans priorisation d'un plan d'actions** et nécessitant plus de moyen pour décharger certains personnels de la mission de base d'accueil et d'information des visiteurs pour qu'ils puissent s'orienter vers une spécialisation utile à la réalisation efficace et visibles desdites actions.

2.2.4 L’organisation des moyens entre l’EPCI et l’OTI

Moyens humains

Trois personnels sont actuellement en poste à l’OTI NB :

- Alice,
- Clémence,
- Éloïse,

Chacun des postes dispose de responsabilités particulières en regard des missions dévolues à l’OTNB. Le service tourisme est piloté par le responsable en développement de l’EPCI.

Clémence	Alice	Eloïse
<p>Accueil / information</p> <p>Système d’Information Territorial</p> <p>Réseaux sociaux / information</p> <p>Mailing – E mailing</p> <p>Sentiers de randonnées</p> <p>Classement</p>	<p>Promotion</p> <p>Communication</p> <p>Commercialisation</p> <p>Réseaux sociaux / commercial</p> <p>Coordination des acteurs</p>	<p>Evènementiels</p> <p>Taxe de Séjour</p> <p>Classement</p>

Source : OTI NB, **en gras les missions obligatoires** d’un OT au Code du Tourisme.

Globalement, la **répartition des postes** rassemble les missions dévolues à l’OT et des tâches induites, sans grand tuilage, hormis pour le classement.

L’équipe organise ses moyens selon un **calendrier et des actions à réaliser** : cette To do list est annualisée, ventilée par postes mais ne représente pas un plan d’actions de l’OT à proprement parler. Par contre elle permet, en regard de l’effectif et des missions, de structurer la répartition des tâches, la saisonnalité et les temps de travail. Pour autant aucun analytique des temps de travail par postes, jours et missions n’est réalisé à ce jour, il serait pertinent de le mettre en place pour optimiser tâches – missions – moyens - résultats.

L’accent est mis sur l’accueil, l’augmentation des liens avec les prestataires au travers des actions et de la commercialisation et le renforcement de la visibilité numérique. **On ne perçoit pas qui est responsable du marketing à l’OT.** Le **marketing**, mission préalable à la commercialisation et bien distincte de la communication peut être optimisé.

Un renforcement de l’équipe est opéré tantôt avec des saisonniers (un sur les deux mois d’été) et avec appui d’un emploi France Services.

Moyens techniques

Locaux et matériels sont mutualisés avec ceux de l'EPCI, du fait du mode en régie.

Moyens financiers

Trois moyens financiers directs :

- L'EPCI via son budget général
- L'EPCI via le recueil de la taxe de séjour,
- Les commissionnements et ventes de produits à l'OT (locations fatbike au BIRT de Gargas, hébergements à la station de Nistos, autres produits), représentant en moyenne autour de 4 à 5 K€),

... auxquels il faudra adjoindre les éventuelles aides publiques hors EPCI.

2.2.5 La commercialisation par la CCNB/OTNB

La CCNB est **immatriculée au registre d'Atout France** sous le n°IM065220002. A la lecture des conditions commerciales, il y a **quelques éléments qui attirent notre attention et qui doivent être mis à jour**.

Lors des ventes il n'est pas communiqué aux clients le (les) formulaire(s) d'information standard selon le type de prestations vendues conformément à l'article L211-3 et à l'arrêté du 1^{er} mars 2018 (Partie B pour les forfaits ou Partie D pour les prestations sèches de l'annexe 1 dudit arrêté).

Sur les **devis** :

- Il est nécessaire de stipuler les coordonnées (adresse, téléphone et e-mail) de l'OTNB, avec le n° d'immatriculation, nom et adresse du garant et de l'assureur en RCP,
- Les tarifs sont stipulés TTC, sans que soit précisé le HT et la TVA avec son taux ou le cas d'une exonération éventuelle avec la référence de l'article du CGI le permettant.

Sur les **CGV** :

- Les coordonnées du DPO de l'EPCI doivent être stipulées : téléphone et/ou e-mail,
- Il est stipulé des motifs d'annulation par l'OT dans le cas de circonstances exceptionnelles et inévitables et un remboursement intégral des sommes versées par les clients sans indemnités de dommages et intérêts, et sans préciser le délai de remboursement :
 - Le cas de force majeure qui évite l'indemnisation de dommages et intérêts est un cas qui cumule 3 éléments, soit être imprévisible, auquel on ne peut résister et extérieur aux parties : ce dernier élément n'est pas considéré, à tort, dans les CGV,
 - Le délai de remboursement est de 14 jours (art. L211-14 du code du tourisme) et doit être précisé.

- 1) Contactez l'office de tourisme,
- 2) Choisissez votre hébergement,
- 3) Choisissez vos activités,
- 4) Choisissez vos options (restaurants, demi-pension, etc.),
- 5) Construisez ensemble votre séjour, selon vos centres d'intérêts et votre budget,
- 6) Sur place, profitez !

Les produits «jour »et «séjours »

L'OTI met en œuvre, au titre de ses missions facultatives, la commercialisation. Des produits « séjour » et « jour » sont présents sur le site de l'OTI depuis 2021, un fichier acrobat présente un catalogue d'une vingtaine de propositions (pouvant être étoffées à la carte) tant pour les particuliers que pour les groupes, avec une claire de **volonté de sédentariser des flux autour des « spots » majeurs** du territoire ou de ses marges proches (Saint Bertrand de Comminges notamment).

Produits particuliers séjour

11 produits séjours essentiellement orientés couples ou familles avec des contenus d'intensité très variable allant de soft (3 propositions) à sportif (4 propositions) sur des **durées essentiellement de 2 jours** (9/11 produits).

On note une **difficulté à produire des produits all inclusive** (hébergement + activités + restauration), seulement 4 produits sur étagère répondent à cet impératif.

Saisonnalité	Saisonnalité mois	Format	Libellé	Positionnement	Durée jours	Cible	Effectif personnes	Nuitée	Repas	Itinérance / visites / activités	Tarif produit mini	Tarif adulte mini	Tarif enfant mini	Prix moyen journée	Prix moyen journée personne
Printemps été automne	9	Séjour	En avant Pégase !	Loisirs actifs	2	Groupe équestre	3 à 7	Bivouac	Compris	Centre équestre au bivouac - balade ichnologique	415,00 €	140,00 €	135,00 €	207,50 €	69,17 €
Avril à Novembre	8	Séjour	Merci chéri(e)!	Cocooning	2	Couple	2	Cabane perchée	Compris	Maison - maison des sources - château de bramevique - lac de Montrejeau - Gargas - St Bertrand de Comminges	197,00 €	197,00 €		98,50 €	49,25 €
Avril à Novembre	8	Séjour	VTT TRIP	Sportif	2	Groupe / tribu équipé VTT	5 à 15	Gîte	Pension complète	Vallée et trans vallée	299,00 €	59,80 €		149,50 €	29,90 €
Mai à Septembre	5	Séjour	Roadtrip van	Rando road	2	Famille	4	Van	Petit déjeuner	Visite d'une fromagerie - visite Saint Bertrand de Comminges ou Gargas	367,00 €	123,50 €	60,00 €	183,50 €	45,88 €
Mai à Octobre	6	Séjour	Nid suspendu	Sportif	2	Couple ou individuel	2	Portledge	Non compris	Initiation escalade + nuitée	240,00 €	240,00 €		120,00 €	60,00 €
Printemps - été	6	Séjour	Comme un poisson dans l'eau	Sportif	2	Couple ou famille	4	Non compris	Non compris	Initiation canyoning - canoë kayak ou paddle géant ou rafting	301,00 €	104,50 €	46,00 €	150,50 €	37,63 €
Printemps - été	6	Séjour	Esca'paradise	Soft	4	Famille	4	Non compris	Non compris	Gargas - Loures ou Saint Bertrand - atelier cuisine - accrobranche - ferme pédagogique - activité aquatique encadrée	732,00 €	241,00 €	125,00 €	183,00 €	45,75 €
Eté	3	Séjour	Family Time !	Soft	7	Famille	4	Non compris	Déjeuner	Ferme pédagogique - accrobranche - escalade - espace baignade - Gargas - activités nautique encadrée - randonnée - canyoning	709,00 €	244,00 €	110,50 €	101,29 €	25,32 €
Septembre à Octobre	2	Séjour	Brame du cerf	Découverte nat	2	Individuel (départ à 4 mini)	1	Non compris	Demi pension	Brame du cerf accompagné - maison des sources	45,00 €	45,00 €		22,50 €	22,50 €
Toute l'année	12	Séjour	Culture et papilles	Soft	2	Couple ou famille	4	Non compris	Petit déjeuner	Visite de Gargas ou maison des sources ou St Bertrand de C. + visite d'une fromagerie ou safranerie ou brasserie - visite Saint Bertrand de Comminges ou Gargas	169,00 €	75,50 €	9,00 €	84,50 €	21,13 €
Toute l'année	12	Séjour	Sport et fromages	Sportif	2	Couple ou famille	4	oui mais non défini	Demi pension	Tatbike - escalade - randonnée pédestre ou équestre - visite ferme + dégustation fromagère	337,00 €	113,50 €	55,00 €	168,50 €	42,13 €

Produits particuliers jour

6 produits jour essentiellement orientés individuels puis groupes avec des contenus d'intensité à **large spectre** : soft, pédago culture, rando, sportif sur une durée généralement à la **journée**.

Peu de produits intègrent la restauration en offre de base alors que la durée moyenne de pratique excède la demi-journée.

Saisonnalité	Saisonnalité mois	Format	Libellé	Positionnement	Durée jours	Cible	Effectif personnes	Nuitée	Repas	Itinérance / visites / activités	Tarif produit mini	Tarif adulte mini	Tarif enfant mini	Prix moyen journée	Prix moyen journée personne
Avril à Octobre	7	Jour	Aventures eaux vives	Sportif	1	Groupe enfants - ados - adultes	4	-	Non compris	canoë-kayak, paddle géant, rafting, canyoning, sentier nautique au choix	60,00 €	15,00 €	15,00 €	60,00 €	15,00 €
Avril à Octobre	7	Jour	Surpassez-vous	Sportif	1	Individuel	1	-	Non compris	Escalade + randonnée	70,00 €	70,00 €		70,00 €	70,00 €
Avril à Octobre	7	Jour	Tous les goûts sont dans la Nature	Soft	1	Individuel & groupes	1	-	Non compris	Grotte de gargas et jardins du Mont d'Arès	22,00 €	22,00 €		22,00 €	22,00 €
Toute l'année	12	Jour	Connexion nature	Rando	1	Individuel	1	-	Non compris	Randonnée accompagnée	39,00 €	39,00 €		39,00 €	39,00 €
Toute l'année	12	Jour	Histoire et dégustation	Pédago culturel	1	Individuel	1	-	Déjeuner	visite producteur local - Visite d'un site (Grottes de Gargas, Maison des Sources ou visite libre de St Bertrand de Comminges).	37,00 €	37,00 €		37,00 €	37,00 €
Toute l'année	12	Jour	Retour aux sources	Pédago culturel	1	Individuel	1	-	Non compris	Visite d'un site (Grottes de Gargas, Maison des Sources ou visite libre de St Bertrand de Comminges).	18,00 €	18,00 €		18,00 €	18,00 €

Produits groupes

7 produits jour avec des contenus orientés plutôt sportifs sur une durée généralement à la **journée** (4/7 produits) **ou demi-journée** (3/7 produits).

Moins de la moitié des propositions intègrent la restauration en offre de base alors que la durée moyenne de pratique excède généralement la demi-journée. Le panel d'offre est centré sur des APN de montagne (neige et hors neige) couplées à des visites patrimoniales sur les sites en régie à la CCNB ou sur Saint Bertrand de Comminges.

Des groupes unitaires à la dizaine voire à la trentaine de participants, qui posent **la question de la capacité d'accueil des hébergements au plan local**.

Saisonnalité	Saisonnalité mois	Format	Libellé	Positionnement	Durée jours	Cible	Effectif personnes	Nuitée	Repas	Itinérance / visites / activités	Tarif produit mini	Tarif adulte mini	Tarif enfant mini	Prix moyen journée	Prix moyen personne
Décembre à Mars	4	Jour	Raquette et raclettes	Sportif	1	Groupe 10 pax	1	-	Déjeuner	Raquette + déjeuner	59,00 €	59,00 €	59,00 €	59,00 €	59,00 €
Décembre à Mars	4	Jour	Ski, biathlon laser et fous rires	Sportif	1	Groupe 10 pax	1	-	Déjeuner	Biathlon laser + déjeuner	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €
Avril à Octobre	7	Jour	Comme un poisson dans l'eau	Sportif	1	Groupe	1	-	Non compris	Initiation canyoning - canoë kayak ou paddle géant ou rafting	17,00 €	17,00 €	17,00 €	17,00 €	17,00 €
Avril à Octobre	7	Jour	Surpassez-vous	Sportif	1	Groupe 25 pax	1	-	Non compris	Fatbike + Escalade + randonnée	54,00 €	54,00 €	54,00 €	54,00 €	54,00 €
Toute l'année	12	Jour	Connexion nature	Rando	1	Groupe 4 pax	1	-	Non compris	Randonnée accompagnée	41,00 €	41,00 €	41,00 €	41,00 €	41,00 €
Toute l'année	12	Jour	Culture et papilles	Soft	1	Groupe 20 pax	1	-	Petit déjeuner	Visite de Gargas ou maison des sources ou St Bertrand de C. + visite d'une fromagerie ou safranerie ou brasserie	17,00 €	17,00 €		17,00 €	17,00 €
Toute l'année	12	Jour	Retour aux sources	Pédago culturel	1	Groupe	1	-	Non compris	Visite de deux sites (Grottes de Gargas, Maison des Sources ou visite libre de St Bertrand de Comminges).	8,00 €	8,00 €		8,00 €	8,00 €

Panel d'offre proposé par l'OTI NB

Visites :

• **culturelles**

- Grottes de Gargas (visite des grottes, du centre numérique Nestploria) à Aventignan
- Maison des Sources (visite du musée, des sources et des captages) à Mauléon-Barousse
- L'oppidum du Mont Ergé à Montsérié
- Château de Bramevaque
- Cimetière anglo-canadien à Nistos
- Le calvaire du Mont Arès à Nestier
- Saint-Bertrand-De-Comminges

• **naturelles**

- Pic du Tourroc / Mont Sacon
- Pic du Douly à Nistos
- Mont Aspet à Nistos
- Le Gouffre de la Saoule à Mauléon-Barousse
- Port de Balès à Ferrère
- Ferme pédagogique « Les Jours Heureux » à Saléchan

• **gastronomiques**

- fromageries
- safranerie
- brasserie

Activités de plein-air :

- fatbikes (avec ou sans accompagnement)
- escalade
- canyoning
- canoë-kayak
- paddle géant
- espace de baignade « Les Ocybelles »
- rafting
- randonnée équestre
- randonnée pédestre (avec ou sans accompagnement)
- pêche
- tir à l'arc
- accrobranche
- parapente

Ateliers/Cours/Bien-être :

- atelier cosmétique naturelle
- atelier savon naturel
- cours Fitness/Yoga/Pilates
- massages corporels
- soins Reiki/Énergétiques

Restauration :

- pique-nique
- restaurants
- jardins maraîchers

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Les **résultats sont pour l'instant modérés mais en pleine croissance**. A l'exercice ils peuvent représenter de 10 % jusqu'à 14% des produits de services en recettes de fonctionnement au compte de résultat.

Recettes d'exploitation des produits séjours à l'OTI NB

Saisons	Mois exploitation	CA OTI moyen / mois
Hiver 2021/2022	4	701,00 €
Hiver 2022/2023	4	1 023,00 €
Printemps / Été / Automne 2023	9	1 869,21 €
Hiver 2023/2024	4	1 729,00 €
CA 2024 en cours au 28/05/2024	6	4 857,00 €

Source : OTI NB.

A noter :

L'action commerciale dispose de **deux vecteurs de communication** : le site web de l'OT et les guides séjours hiver / été de l'OTNB ... **qui ne présentent pas le même catalogue de produits** ! La majorité des actes de ventes sont liés au web (quid du print des guides séjours pour la partie « produits »).

L'action commerciale est encore très manuelle / artisanale et très chronophage : design produit adapté au client malgré un catalogue de plus de 25 produits, pas d'outil informatique dédié, pas de journal des ventes digital permettant de suivre les opérations en temps réel ou en comparatif...

La commercialisation fait largement **appel à des partenariats et à de la sous traitance avec des prestataires**, elle est un moyen de développer l'activité / commissionnements à l'office, d'élargir les vecteurs commerciaux des structures privées concernées et d'améliorer la coordination des acteurs autour d'actions intéressant les socioprofessionnels du territoire.

La commercialisation est **en phase d'organisation** avec l'EPCI voisin / CCPL : une vision extensive du développement des acteurs avec des partenariats inter OT et inter prestataires des territoires, qui devront être formalisés.

Le segment « groupes » mériterait d'être certainement mieux valorisé compte tenu de son opérationnalité avec les prestataires, d'un modèle économique généralement attractif, par ailleurs il aurait certainement plus de sens sur les sites touristiques en régie de l'EPCI.

Les formats qui se commercialisent les mieux sont paradoxalement ceux qui sont généralement les plus coûteux¹⁰, cela montre **un vrai engouement pour des prestations qualitatives**.

¹⁰ Produits suivants : En avant Pégase, Merci chéri€, Nid suspendu, aventures eaux vives, surpassez-vous, raquettes et raclettes, ski-biathlon laser.

2.2.6 Taxe de séjour

La taxe de séjour est instituée sur la CC Neste Barousse depuis le 19 octobre 2017.

La délibération du 1^{er} juin 2023, qui intègre notamment la taxe additionnelle régionale de 34 % sur la taxe de séjour intercommunale, ne fait pas état d'un cas d'exemption de ladite taxe en application du 4^o de l'article L2333-31 du CGCT, soit : Les personnes qui occupent des locaux dont le loyer est inférieur à un montant que le conseil municipal détermine.

Les tarifs sur la plateforme DELTA pour les collectivités et visibles sur le site taxesejour.impots.gouv.fr sont conformes avec ceux délibérés par la CCNB.

En l'espèce, **l'EPCI doit déterminer le montant du loyer minimum** (loyer (journalier, hebdomadaire, mensuel...)) sous lequel le locataire est exonéré, car à défaut, la taxe de séjour est due.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Les tarifs de la taxe de séjour s'appliquent comme suit pour 2024 :

Catégories d'hébergement	Tarifs et taux planchers	Tarifs et taux plafonds	Moyenne nationale 2021	CC Neste Barousse	Taxes additionnelles		Tarif total CC Neste Barousse
					Départemen t 10 %	Région 34 %	
Palaces	0,70	4,60	2,33	1,39	0,14	0,47	2,00
5***** : Hôtels, résidences, meublés	0,70	3,30	1,69	1,39	0,14	0,47	2,00
4**** : Hôtels, résidences, meublés	0,70	2,50	1,32	1,04	0,10	0,35	1,50
3*** : Hôtels, résidences, meublés	0,50	1,60	0,94	1,04	0,10	0,35	1,50
2** : Hôtels, résidences et meublés 4**** et 5***** villages de vacances	0,30	1,00	0,68	0,70	0,07	0,24	1,01
1* : Hôtels, résidences, meublés 1* 2** et 3 *** villages de vacances Chambres d'hôtes, emplacements des aires de camping-cars, auberges collectives	0,20	0,80	0,58	0,70	0,07	0,24	1,01
Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 3, 4 et 5 étoiles et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes	0,20	0,60	0,43	0,56	0,06	0,19	0.81
Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 1* et 2** et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes, ports de plaisance	0,20		0,20	0,20	0,02	0.07	0,29
Hôtels et résidences, villages de vacances, meublés et hébergements assimilés en attente de classement ou sans classement	1 %	5 %	3,43 %	5,00 %	0,50 %	1,70 %	7,20 %

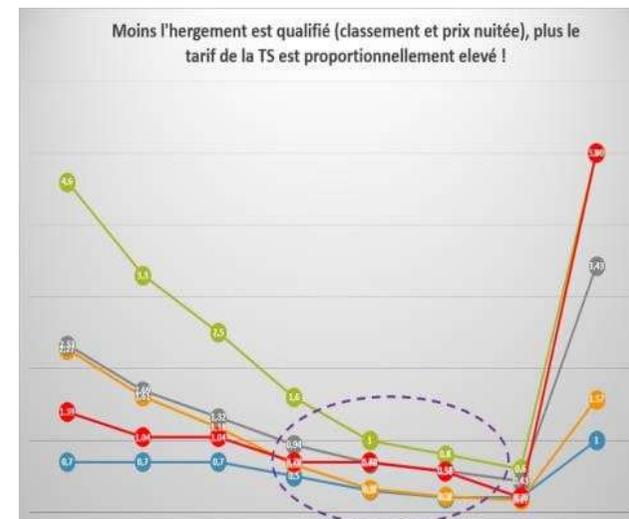
Les arrondis des montants de la taxe intégrant les 2 taxes additionnelles départementale et régionale sont erronés de 1 cts pour les hébergement classés 2** et 1*

Simulations sur l'optimisation du produit de la taxe de séjour

Les simulations sont effectuées sur la base du **nombre des différents types d'hébergements touristiques transmis par l'office de tourisme et vérifiés et « ajustés » avec les données INSEE** sauf pour les meublés de tourisme et chambres d'hôtes actuellement non recensés à l'échelle nationale (mise en place d'une plateforme nationale unique au plus tard au 1^{er} janvier 2026).

Simulations 0 et 1, avec des **taux de remplissage aboutissant** «à une non rentabilité » voire à la «faillite »

Éléments du calcul des simulations 1 et 2 selon le type d'hébergement	Taux d'occupation retenus «très bas »	Coût nuitée «très bas » par personne pour NC et en cours de classement
Hôtels	35 %	70 €
Chambres d'hôtes et meublés de tourisme	20 %	45 €
Résidences de tourisme, villages vacances et auberges collectives	30 %	-



Simulations 2 et 3, avec des **taux de remplissage inférieurs de 20 points par rapport à la moyenne nationale** (sources INSEE et DGE/Atout France*)

Éléments du calcul des simulations 2 et 3 selon le type d'hébergement	Taux d'occupation retenus «très bas »	Coût nuitée «très bas » par personne pour NC et en cours de classement
Hôtels	40 %(62 %*)	70 €
Chambres d'hôtes et meublés de tourisme	30 %(51 %*)	45 €
Résidences de tourisme, villages vacances et auberges collectives	45 %(66 %*)	-

Récapitulatif des simulations sur l'optimisation du produit de la taxe de séjour

Catégories d'hébergement	SIMULATION 0		SIMULATION 1		SIMULATION 2		SIMULATION 3	
	CCNB	CCNB + Dept + Région						
Palaces	1,39	2,00	3	4,32	3	4,32	4	5,76
5**** : Hôtels, résidences, meublés	1,39	2,00	2,4	3,46	2,4	3,46	3	4,32
4**** : Hôtels, résidences, meublés	1,04	1,50	1,8	2,59	1,8	2,59	2	2,88
3*** : Hôtels, résidences, meublés	1,04	1,50	1,3	1,87	1,3	1,87	1,5	2,16
2** : Hôtels, résidences et meublés, 4**** et 5***** villages de vacances	0,70	1,01	0,9	1,30	0,9	1,30	1	1,44
1* : Hôtels, résidences, meublés, 1* 2** et 3 *** villages de vacances, chambres d'hôtes, emplacements des aires de camping-cars, auberges collectives	0,70	1,01	0,75	1,08	0,75	1,08	0,8	1,15
Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 3, 4 et 5 étoiles et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes	0,56	0,81	0,56	0,81	0,56	0,81	0,6	0,86
Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 1* et 2** et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes, ports de plaisance	0,20	0,29	0,2	0,29	0,2	0,29	0,2	0,29
Hôtels et résidences, villages de vacances, meublés et hébergements assimilés en attente de classement ou sans classement	5 %	7,20 %	5 %	7,20 %	5 %	7,20 %	5 %	7,20 %
PRODUIT TAXE DE SEJOUR	131 867 €		133 835 €		195 390 €		198 341 €	
	27 412 € (2022)							
	22 450 € (2021)							
	28 915 € (2020)							

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Selon les scénarii proposés page précédente, on notera un enjeu de x 5 à x 7,5 collecté au profit de l'OT, par rapport à la moyenne budgétisée en recettes sur la période 2020 2023.

Le produit actuel de la TS tel qu'il est perçu par les imputations en recettes au mandaté de l'OTI pose question.

Pour la période 2020 2023, avec un produit annuel compris entre 22 450 € et 28 915 € (moyenne annuelle à 26 465 €), il ressort qu'en regard des capacités en lits touristiques les rapports sont les suivants¹¹ :

- 1 lit touristique produirait en moyenne annuelle un rapport entre 15 et 20 € de TS,
- Si l'on tient compte des déclarations actuelles et d'un tarif moyen à la nuitée de l'ordre de 0,70 €, cela revient à dire qu'un lit touristique produirait entre 20 et 30 nuitées par an ... ce qui est largement en dessous d'un seuil de rentabilité d'exploitation.

Il ressort de ces éléments et quel qu'en soit la cause à ce stade, que **le produit de la collecte actuelle de la TS est clairement sous dimensionné et fortement optimisable**¹².

Converti en équivalent poste, le gain potentiel de TS rapporté au coût moyen actuel d'un ETP chargé représenterait de l'ordre de +3,7 à +6,1 ETP.

Il est indispensable que demain le produit de la taxe continue à être versé à l'office de tourisme pour exercer les missions qui sont les siennes, voire à les développer ou à en initier de nouvelle, sinon :

- L'office de tourisme ne pourra pas créer une richesse équivalente par d'autres recettes,
- L'office de tourisme ne pourra pas/plus être convenablement l'opérateur touristique de l'EPCI, le territoire manquant alors d'un outil efficace pour assurer la visibilité du territoire, notamment à la promotion mais aussi l'accueil à l'arrivée des touristes mais pour la coordination, les contacts auprès des socioprofessionnels.

¹¹ Sans tenir compte d'exonérations potentielles.

¹² A noter par ailleurs que la sur représentation des meublés dans le parc (47%) couplé au régime proportionnel de la TS fait que les chiffres collectés semblent d'autant plus aberrants.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Il est donc **impératif d'investir sur le recensement de tous les hébergeurs du territoire et d'engager une véritable campagne de communication** sur le comment, le pourquoi et à qui sert le produit de la taxe, et cela de manière transversale au secteur du tourisme : investissements publics, aménagements, actions... de sorte que les hébergeurs, mais aussi l'ensemble des acteurs liés au tourisme perçoivent la politique d'ensemble et non morcelée de l'EPCI.

Le recensement doit être effectué :

- Sur la base des éléments détenus et recoupés par l'EPCI et l'OTI¹³,
- D'engager un complément de recherches sur les sites Internet et réseaux sociaux :
 - Par l'EPCI et/ou l'OTI, quotidiennement sur une durée de 3 à 4 mois, comme par exemple de juin à septembre, période de fréquentation touristique forte et donc d'offre de location de ce type,
 - **En attendant** (proposition de loi n°1176 en 1^{ère} lecture au Sénat – procédure accélérée) **l'éventuelle création d'une plateforme nationale sur laquelle tous loueurs de meublé et/ou de chambre d'hôtes devront s'enregistrer avec l'obtention d'un n° de déclaration qui devra paraître sur toutes offres de location,**
 - Le cas échéant **réfléchir, à l'usage d'un logiciel de « tracking »**, loué ou acheté qui pourrait permettre de faciliter et d'approfondir les recherches précitées.

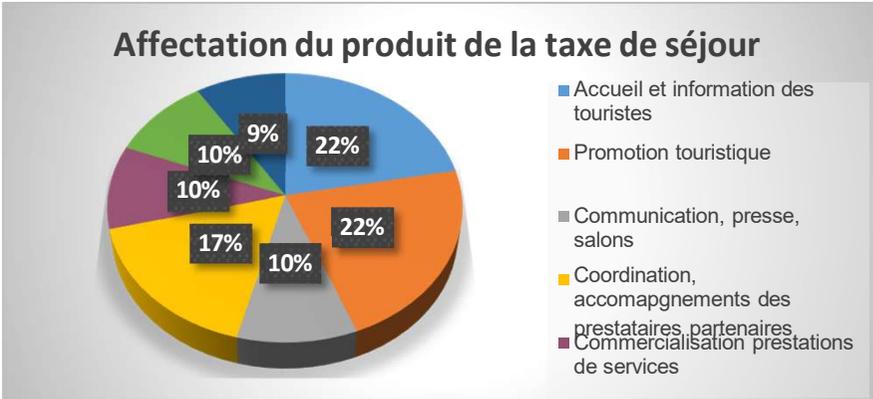
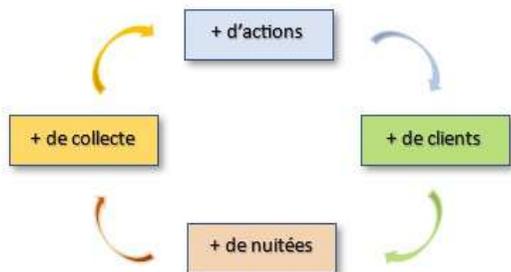
La communication récurrente sur l'affectation du produit de la taxe de séjour est, très souvent, le moyen principal pour optimiser ce produit.

Tous supports et moyens doivent être déployés pour **annoncer puis justifier de l'usage du produit de ladite taxe** (Internet, réseaux sociaux, éditions papiers, réunions d'information...). Cette utilisation sera bien sûr affectée aux missions de services publics (accueil et info des touristes, promotion et coordination des interventions des acteurs), mais pas seulement. Elle peut être affectée à d'autres actions comme effectuer des promotions ciblées (payantes) de tout ou partie des hébergements touristiques, d'instituer (obligatoire depuis 2015) la signalétique d'information locale (SIL) avec une participation financière des hébergeurs : par exemple l'EPCI paye les poteaux et chaque hébergeur paye la lame directionnelle le concernant.

¹³ Y compris via l'utilisation d'un logiciel dédié, de type trackeet, AirDNA ou autre...

La taxe de séjour évite de faire supporter la mise en œuvre de la compétence promotion du tourisme par l'impôt local et cela sans incidence sur le client, qui jamais ne se plaint sur le montant de la TS (voir réseaux sociaux = remarques/observations/plaintes inexistantes) ... au contraire pour certains clients, notamment les anglo-saxons, le paiement d'une TS est un critère de qualité !

Instaurer un cercle vertueux, à contrario du cercle vicieux perdurant encore pour certains loueurs mal informés, voire opposés à la taxe de séjour



Justification affectation taxe de séjour (exemple)

Affectation taxe de séjour



- accueil et information touristique
- promotion touristique
- coordination des interventions des acteurs
- SIL
- communication

2.2.7 Conventions avec les partenaires publics et privés

L'office de tourisme a convenu 35 conventions avec des partenaires privés à des fins de commercialiser leurs prestations moyennant une commission pour l'office de tourisme.

Ces conventions sont pour la plus grande majorité à durée indéterminée, mais certaines sans durée précisée, et fixent une commission de 10 %, 12 % (la majorité) et de 15 % (hébergements) sur les ventes réalisées par l'office de tourisme.

Il serait pertinent et utile pour l'avenir, dans le cadre de la mission de coordination et de commercialisation, de **convenir d'une clause de revoyure annuelle** afin de faire un bilan et de convenir de la continuité intégrante d'éventuelle modification, et d'ajouter :

- Le cas échéant, le mandat pour la collecte de la taxe de séjour afin d'optimiser le produit de la taxe de séjour,
- Un engagement sur l'honneur du prestataire d'assurer ses prestations selon la réglementation qui lui est applicable évitant ainsi de demander des justificatifs d'assurance, de diplôme, etc.,
- L'application des conditions de ventes de l'office de tourisme conformément aux textes en vigueur depuis le 1^{er} juillet 2018 (formulaires d'information et conditions de ventes qui n'ont pas encore été transmis). Ces conditions doivent, notamment, intégrer les conditions de réalisation des prestations revendues par l'OTI (capacité physique, vêtements, chaussures, horaires, météo, sécurité, hygiène, respect des règles – code de la route pour le vélo/VTT, etc.)
- Le RGPD si des fichiers sont constitués par l'OTI,
- Une clause afférente au droit applicable et au règlement des litiges,
- Voire une clause de confidentialité vu les % des commissions différentes.

NB :

Les formulaires d'information et conditions de ventes, tout comme les mentions légales n'apparaissent pas sur le site Internet de l'office de tourisme

Aucune convention avec les partenaires publics n'a été communiquée.

2.2.8 Les régies touristiques de la CCNB

L'EPCI dispose de la liberté de choix du mode de gestion pour exploiter ses services publics. En l'espèce **la CCNB a décidé de gérer trois sites en gestion directe simple**, sans autonomie financière ni personnalité morales, en prenant en charge directement le fonctionnement des services avec ses propres moyens et ses propres agents affectés à l'une ou l'autre des régies.

Ces trois sites en régies¹⁴ n'ayant pas de personnalité morale, sont confondues avec l'EPCI en empruntant la personnalité de la CCNB, elles disposent néanmoins d'une identification analytique sous forme de chapitres distinguant les composantes du budget général de l'EPCI :

- **Base des Ocybelles**, (ayant déjà fait l'objet d'une étude de faisabilité spécifique),
- **Station de ski de Nistos**¹⁵ (faisant actuellement l'objet d'une consultation pour une étude de faisabilité spécifique),
- **Grotte de Gargas**, (faisant actuellement l'objet d'une consultation pour une étude de faisabilité spécifique).

L'EPCI gère directement ces services en encaissant les redevances et en prélevant sur son budget les moyens financiers de toutes les dépenses engagées qui sont imputables au budget de l'EPCI.

Evolutions des résultats économiques des régies depuis 2011

DEPENSES DE FONCTIONNEMENT	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
NESPLORIA_GARGAS	240 584,71 €	191 715,51 €	169 567,86 €	173 380,75 €	189 662,70 €	0,00 €	204 286,52 €	209 277,84 €	192 485,51 €	244 141,00 €	227 491,00 €	240 370,00 €	238 700,59 €
NISTOS	225 989,68 €	282 866,64 €	280 791,36 €	241 623,56 €	145 479,47 €	165 624,12 €	220 070,50 €	178 725,93 €	153 909,77 €	153 983,00 €	159 956,00 €	191 440,00 €	210 643,00 €
O'CYBELLES	44 324,69 €	36 497,93 €	41 550,81 €	33 321,20 €	40 483,17 €	39 293,18 €	37 313,66 €	46 318,56 €	45 676,13 €	12 663,32 €	59 990,36 €	8 169,30 €	56 596,00 €
TOTAL DEPENSES	510 899,08 €	511 080,08 €	491 910,03 €	448 325,51 €	375 625,34 €	204 917,30 €	461 670,68 €	434 322,33 €	392 071,41 €	410 787,32 €	447 437,36 €	439 979,30 €	505 939,59 €

RECETTES DE FONCTIONNEMENT	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
NESPLORIA_GARGAS	265 440,97 €	186 010,13 €	172 713,00 €	189 313,15 €	195 292,90 €	0,00 €	203 024,28 €	198 964,97 €	205 309,06 €	188 437,00 €	186 097,00 €	240 319,00 €	240 768,00 €
NISTOS	221 288,59 €	256 166,97 €	263 704,04 €	256 989,87 €	162 098,92 €	107 241,73 €	167 011,14 €	111 184,81 €	17 012,00 €	168 134,00 €	165 124,00 €	115 207,00 €	92 517,00 €
O'CYBELLES	19 818,50 €	37 281,98 €	30 283,62 €	18 456,76 €	33 158,93 €	40 175,53 €	25 380,82 €	25 694,06 €	26 628,50 €	5 429,83 €	39 312,98 €	6 651,66 €	28 661,93 €
TOTAL RECETTES	506 548,06 €	479 459,08 €	466 700,66 €	464 759,78 €	390 550,75 €	147 417,26 €	395 416,24 €	335 843,84 €	248 949,56 €	362 000,83 €	390 533,98 €	362 177,66 €	361 946,93 €

SOLDES	-4 351,02 €	-31 621,00 €	-25 209,37 €	16 434,27 €	14 925,41 €	-57 500,04 €	-66 254,44 €	-98 478,49 €	-143 121,85 €	-48 786,49 €	-56 903,38 €	-77 801,64 €	-143 992,66 €
SOLDES / habitants	-0,62 €	-4,46 €	-3,52 €	2,30 €	2,08 €	-7,99 €	-9,17 €	-13,58 €	-19,75 €	-6,73 €	-7,84 €	-10,71 €	-19,75 €

Source : Exploitation des comptes des régies

L'EPCI fait l'effort, au titre d'une **ambitieuse politique d'aménagement et de développement du territoire**, de porter ces équipements touristiques. L'exploitation génère en moyenne un déficit global annuel de 55 K€ / an, qui peut certaines années, aller bien au-delà (X2 ou X2,6).

¹⁴ Ces régies disposent- elles de statuts ? Ce système des régies touristiques nous interpelle, soit il doit faire l'objet du régime applicable aux personnes morales soit, sans personne morale, doit être confondu avec le budget de l'EPCI CCNB.

¹⁵ Avec un analytique distinguant la station de Nistos et le magasin de location à la station de Nistos.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Cependant, au-delà des chiffres économiques c'est **tout un pan de la vie locale du territoire qui est dépendant de ces activités.**

Les déficits directs sont certainement bien moindres lorsqu'ils sont rapportés au nombre d'habitants, appréciés en regard des flux générés, notamment en tenant compte des effets indirects : fréquentation, dépenses, notoriété, animation ...

Pour autant la question de l'impact économique doit être soulevée.

Le modèle économique de ces équipements est assuré essentiellement par la densité des parcours visiteurs et des prestations marchandes associées : droit accès/visite, locations matérielles, services personnalisés (cours / ateliers / prestations d'accompagnement) boutique, snacking et même hébergements pour Nistos.

Les tarifaires sont en général assez moyens.

Compte tenu de la volonté de l'EPCI de proposer des contenus professionnalisés, ils mériteraient d'être un peu relevés, notamment sur les prestations d'accueil / d'accompagnement.

Par ailleurs, dans un souci d'être aligné avec des produits adaptés aux clientèles, l'EPCI a mis en place des équipements souvent orientés sur des stratégies de niches (O' Cybelles, Nesploria et peut être Nistos demain en fonction de son devenir).

Il en ressort que cette «**adaptation**» **mériterait d'être valorisée à l'échelle des contenus proposés**, soit en faisant varier les tickets unitaires, soit en augmentant la chaîne de valeur de chacune des régies, par intégration de nouvelles prestations complémentaires... soit les deux à la fois.

2.2.9 La maison des sources / les chalets de Saint Nérée

Il s'agit d'une **gestion sous forme de régie directe simple**, à l'identique des trois sites gérés par la CCNB, mais par un syndicat mixte fermé «syndicat de gestion de la maison des sources », composé de 2 membres :

- La CCNB,
- Le Syndicat des eaux de la Barousse, du Comminges et de la Save, lui-même membre du syndicat mixte fermé «syndicat des eaux Barousse Comminges Save »(SEBCS).

Le syndicat ...

1) Exerce des compétences eau potable et assainissement, composé de communes et d'EPCI du Gers, de la Haute-Garonne, des Hautes-Pyrénées :

- *Chaque commune ayant transféré la compétence eau potable et/ou assainissement au SEBCS doit désigner 2 délégués titulaires et 2 délégués suppléants,*
- *Chaque communauté de communes qui s'est vu transférer la compétence eau potable et/ou assainissement par une commune doit, en vertu du principe de représentation substitution, désigner un nombre de délégués équivalent au nombre de délégués qu'avaient les communes avant le transfert de compétence.*
 - *En outre*

2) Exploite via la SPL Eaux Barousse Comminges Save (SPL-EBCS) :

La SPL est le résultat de la fusion en 2021 de la SPL avec la SEM Pyrénées Services Publics.

A l'origine un syndicat mixte a créé deux structures :

- En 1991, la Société d'Économie Mixte Pyrénées Services Publics (service de l'eau potable pour les communes adhérentes des départements de la Haute-Garonne et des Hautes-Pyrénées, ainsi que Cadeillan et Monbardon),
- En 1998, le Syndicat des Eaux, devenue SPL en 2010 prend la compétence optionnelle assainissement (collectif et non collectif).

Les agents affectés à la gestion de ce site sont agents du Syndicat Maison des Sources, à l'exception de la responsable agent du SEBCS.

A noter que chaque année **le Syndicat des eaux de la Barousse, du Comminges et de la Save et la CCNB budgètent 210 K€, respectivement 150 K€ pour le SEBCS et 60 K€ par la CCNB pour équilibrer le budget de ces deux structures.**

Le CA de la Maison des Sources paraît extrêmement faible comparé aux financements publics mobilisés.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Maison des sources Chalets de Sainte Nérée

DEPENSES FONCTIONNEMENT	2022	2022
Charges à caractère général	44 795,09 €	75 688,39 €
Charges de personnel	45 629,51 €	123 288,34 €
Autres charges de gestion courante	123 337,89 €	3 769,06 €
Opérations d'ordre inter sections	2 905,00 €	1,30 €
TOTAL	216 667,49 €	202 747,09 €

RECETTES FONCTIONNEMENT	2022	2022
Produits de services	13 723,14 €	117 875,70 €
Dotations et participations	212 000,00 €	372,48 €
Autres produits de gestion courante	0,00 €	123 338,97 €
Remboursements de charges	2 414,89 €	300,00 €
Produits exceptionnels	563,56 €	751,64 €
TOTAL	228 701,59 €	242 638,79 €

SOLDES	12 034,10 €	39 891,70 €
Excédent reporté n-1	17 092,89 €	62 836,84 €
SOLDES cumulé	29 126,99 €	102 728,54 €

Sources : Comité des sources, CR 04/04/2023, traitements DiaThemis.

En outre les résultats actuels globaux (y compris avec section d'investissement) doivent questionner car ces deux équipements vont certainement devoir faire face à des investissements lourds pour :

- Les rendre conforme aux normes techniques et notamment thermiques¹⁶, les bâtiments de ces structures étant anciens et avec des procédés constructifs et d'isolation obsolètes,
- Les rendre compatibles aux attentes des clientèles actuelles (design, décorum, parcours muséographique, moyens numériques et médiation, aménagements intérieurs / extérieurs ...).

A l'échelle de la maison des sources, cela pose d'abord la question de **l'évolution de l'offre globale** proposée indoor mais aussi outdoor.

A l'échelle des chalets de Sainte Nérée, en l'état actuel, les charges à caractère général paraissent très faibles rapportées au patrimoine et à sa surface bâimentaire... il faudrait pouvoir investiguer sur ce point mais aussi sur un schéma de développement pertinent avant d'aller plus loin.

¹⁶ Cette remarque est à **systématiser pour tous les projets de locaux** en rénovation – extension – requalification – restructuration bâimentaire ainsi que pour les opérations nouvelles. La question de la sobriété/passivité bâimentaire va devenir de plus en plus prégnante à la conception, au financement, à l'exploitation ... et à la revente.

En résumé

Une **compétence «Promotion du Tourisme » exercée par l'EPCI** et déléguée sous forme de **missions à une régie OTNB avec autonomie financière sans personnalité morale**, un système centralisé EPCI et OTNB ne faisant réellement qu'un.

Une **organisation complexe de la gouvernance** : Conseil Communautaire - Commission Tourisme – Conseillers Municipaux – Conseil d'exploitation... à simplifier.

Une organisation des moyens autour d'un SADI avec 3 lieux d'accueil et une **convention d'objectifs qui semble disproportionnée** en regard des équipes disponibles.

La **commercialisation** des prestations est un axe fort de développement de l'OTNB. La **TS** est aussi une recette stratégique pour l'OTNB, aujourd'hui son produit est **très sous dimensionné**.

Trois régies touristiques (O'Cybelles – Gargas – Nistos) structurantes pour le territoire, une participation de l'EPCI à la gestion et au fonctionnement de la **Maison des Sources et des Chalets de Sainte Nérée**.

Des **modèles économiques encore «fragiles »**, pour tous ces équipements mais de **forts enjeux d'attractivité et de développement de la fréquentation**.

3 DIAGNOSTIC DE L'OFFRE DU TERRITOIRE

1. Grandes filières touristiques locales et activités

Une **diversité apparente**, «un peu de tout » autour d'un tissu de TPME et de **6 filières majeures**.

APN neige



APN hors neige



Visites / patrimoines nature et culture



Restauration



Producteurs locaux (fruits / légumes, fromages, safranerie, gâteaux, bières)



Bien être : - atelier cosmétique naturelle, atelier savon naturel, - cours Fitness/Yoga/Pilates, massages corporels, soins Reiki/Énergétiques



Manque / à mettre en scène

Itinérance verte (en construction)



Grande nature / patrimoines naturels



Découverte shopping / artisanat - art (peu perceptible aujourd'hui)



3.2 Fonctionnement de l'activité

1. Qui est le client ?

Une partie des informations est mal connue : il s'agit **essentiellement des flux et de leur organisation.**

Saisonnalité

Globalement une **saisonnalité comprise entre :**

- **Décembre et Mars – saison neige / hiver** (4 mois maxi qui a tendance à fortement se contracter),
- **Avril à Juin – saison hors neige pré été** (3 mois qui a tendance à s'élargir mécaniquement),
- **Juillet à Septembre -saison été** (3 mois, pic de fréquentation),
- **Octobre – saison pré hiver** (1 mois / brame du cerf)

.. mais ces informations sont forts variables selon les acteurs, les activités et leur business model et ceci ne veut pas dire que la plupart des opérateurs ont un modèle économique calé à 11 mois.

Flux

Nous ne disposons **pas**, à ce stade, **d'outil de quantification des flux** au niveau du territoire. Il faudrait pouvoir implanter un certain nombre de dispositifs, dont par exemple :

- Comptage des traces numériques des cellulaires / type Flux vision mais le territoire est mal couvert par le réseau,
- Campagne de comptage routiers SIREDO à des endroits significatifs, réenregistrés régulièrement,
- Evaluation par campagne d'étude des différences de consommation pour certains fluides émis ou reçus : eau, eaux usées, ordures ménagères, kilowatts, nombre et des sommes des retraits au DAB des organismes bancaires présents ..., auprès des fournisseurs.

Les types de clientèles et leur profil au long de l'année

Aujourd'hui on ne connaît bien les clientèles du territoire et c'est un paradoxe en matière de développement touristique.

- Pas d'enquêtes clientèles réalisées avec une méthodologie rigoureuse (flux, motivations attentes, pratiques, personae),
- Les enquêtes comptoirs/guichets OT sont intéressantes mais insuffisantes en taux de recueil et en contenu¹⁷,
- Le point de vue des prestataires est extrêmement variant selon leur activité,
- La fréquentation de loisirs induit une plus grande difficulté à cerner le profil des touristes,
- L'observation départementale gérée au niveau d'HPTE ne prévoit pas d'exploitation territorialisée (pas de marketing de la demande infra).

Aujourd'hui les actions commerciales sont souvent basées sur un **marketing d'approche, basé sur la typicité de l'offre mais pas sur les représentations qu'ont les clients de cette offre et de son attractivité supposée.** Ceci n'est pas sans conséquences pour disposer d'un marketing

¹⁷ Au plan national on considère au mieux que la fréquentation guichet des OT représente 10 %des flux réels accueillis sur un territoire.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

client plus efficace et nous recommandons que l'OT mette en place un budget et une méthodologie pour réaliser une observation locale rigoureuse qu'aucun autre opérateur ne semble disposer à réaliser.

Ce qui « remonte » des entretiens et travaux réalisés, c'est¹⁸ :

- Une **provenance géographique plutôt Est** : vallée de la Garonne et agglomération toulousaine, couplée à une **origine régionale de proximité** (agglomérations à moins de deux heures du territoire), avec aussi une clientèle internationale (espagnols, anglais, Europe du nord) plutôt faible,
- Une **certaine fidélisation de publics historiques** (pêcheurs, chasseurs, campeurs pour partie),
- Un panachage des **profils avec des individuels, des couples, des groupes et des familles** sur une répartition annuelle classique,
- Une **durée moyenne de séjour généralement courte** à très courte : 1 à 2 nuitées,
- Une **dépense moyenne journalière plutôt mesurée**, pour un public opportuniste : le territoire serait compétitif sur ses tarifs par rapport à l'offre des vallées adjacentes.

On dispose d'une partie de la fréquentation du territoire au travers de la **fréquentation des sites**, lorsque ceux-ci ont une billetterie ou qu'ils font réaliser des comptages in situ.

3.2.2 Fréquentation des sites

Sites	Unité	année	ouvrabilité	Flux mini	Flux maxi	Flux moyen journalier estimé
Château de bramevaque	entrées gratuites	2023	annuel	3 000	4 000	11
Maison des sources	entrées payantes	2023	annuel	2 000	4 000	13
Maison des sources	entrées gratuites	2023	annuel	5 000	6 000	24
Gargas / Nesploria	entrées	2023	annuel	20 000	22 000	73
O'Cybelles	entrées	2023	2 mois	3 000	6 000	73
Nistos	jours nordiques	2023	4 mois	10 000	20 000	125
Saint Just de Valcabrière/ St Bertrand de Comminges	Entrées	2023	annuel	60 000	90 000	240
Parc de la demi lune / Lannemezan	Entrées	2023	annuel	60 000	80 000	243

Sources : CCNB et entretiens ciblés.

Les flux observés ici permettent de voir que la plupart des sites disposent d'une fréquentation moyenne journalière inférieure à 100 visiteurs / jour, les deux sites excédant ce ratio sont extérieurs au territoire, même Gargas qui a une capacité d'accueil de 250 visiteurs / jour est largement en deçà de ce ratio¹⁹.

¹⁸ Informations récupérées sans analyse de leur représentativité.

¹⁹ Valeur moyenne journalière annuelle qui est évidemment fréquemment dépassée en journée de pic de fréquentation d'été.

3.2.3 Répartition et opérationnalité des activités touristiques dans le champ de compétence de l'EPCI et de celui des acteurs privés

Outre l'Office de tourisme, l'EPCI intervient directement dans la gestion des équipements suivants (gestion directe) : Station de ski de **Nistos**, Base des **O'Cybelles**, Grotte de **Gargas** ... et indirectement via une participation dans le SM de la SEBCS au titre de deux équipements : **Maison des Sources et Chalets Saint Nérée**.

Nous retenons à ce stade les enseignements suivants des visites réalisées

	Gargas / Nesploria	Nistos	O'Cybelles	Maison des sources	Chalets de Saint Nérée
Positionnement	Pédagogique et culturel : Proto histoire, centre d'interprétation	Loisirs de montagne neige	Loisirs et eco-responsabilité	Pédagogique et culturel : Eau, culture et usages	Hébergement de groupe

Produit	Visite / ateliers / boutique / restauration / mobilité	Accès, location, restauration, hébergement	Accès, snacking	site pédago -culturel, boutique	Nuitées + services additionnels
Prix	sec ou intégré	sec ou intégré	sec ou intégré	sec ou intégré	sec ou intégré
Promotion	Site propre / OTI / HPTE / CRTO	Site propre / OTI / NF / HPTE / CRTO	Site propre / OTI / HPTE / CRTO	Site propre / OTI / HPTE / CRTO	Site propre / OTI
Distribution	Site et OTI	Site et OTI	Site et OTI	Site et OTI	Site
Marchés ciblés	Grand public /spécialistes	Public sportif - APN - groupes	Familles	Groupes et individuels	Groupes TSS

Forces	Diversité de contenu, médiation et effet "Wauu !"	Site et panel d'activité / pôlarité d'altitude	Concept innovant	Lieu, concept lié à l'eau	Capacité d'accueil
Faiblesses	Renouvellement des collections et expériences / mise en scène	Accessibilité et ouvrabilité, sensibilité météo	Ouvrabilité courte / technique, sensibilité météo	Equipement vieillissant	Equipement vieillissant
Opportunités	Revoir le concept en élargissant l'expérience visiteur	Revoir le concept	Conformité attentes clientèles	Revoir le concept	Revoir le concept
Menaces	Capacité et dimensionnement	Réchauffement climatique et moyens à développer	Attentes fortes et marché mûre	Moyens à développer	Moyens à développer

Activités touristiques privées

17 prestataires d'activité font de l'encadrement des publics et correspondent à un positionnement touristique.

La décomposition de ces acteurs par grandes activités montre les éléments suivants :

Types d'activités	Effectif de prestataires	Parts %
Eaux vives	1	5,9%
Pêche	2	11,8%
Verticalité	2	11,8%
Verticalité - eaux vives	4	23,5%
VTT	1	5,9%
Equestre	3	17,6%
Loisirs divers APN	3	17,6%
APN Nordique	1	5,9%
	17	100,0%

Le tiers des acteurs est liée à des activités utilisatrices de **l'eau** (essentiellement canyoning mais aussi Kayak/rafting/paddle) et à la **verticalité** (dont escalade avec 4 lieux de pratique et un topo guide en réflexion).

Une part importante de l'offre est **équestre** (deux prestataires « école » et un prestataire « balade attelage » avec une réflexion en cours sur le développement de parcours extérieurs).

Les **loisirs divers APN** (acteurs ensemble d'activités de loisirs doux pouvant être pratiquées par enfants et familles) sont également bien représentés.

La **pêche encadrée** est également une activité qui génère des acteurs professionnels.

A noter :

L'activité spéléologie fait l'objet d'une reconnaissance des sites potentiels de pratique.

L'activité parapente dispose d'un site de pratique/départ identifié (Tourroc) mais n'a plus de prestataire à ce jour.

Un espace trail avec 6 parcours est en cours de développement.

L'activité pêche est pratiquée sur les rivières du territoire avec également deux parcours no kill suivis par la fédération départementale de pêche, situés à Crechets et à Mauléon Barousse.

A ce stade on remarquera les éléments suivants :

- Une **offre diversifiée**, terrestre et eau (il n'y a plus d'offre aérienne actuellement),
- Une **saisonnalité souvent marquée** tant par la météo que par les flux accueillis,
- Une **filière organisée autour de TPME**, qui cherchent à élargir leur chaîne de valeur pour exister, d'où les offres plurielles d'activités,
- Une filière qui a souvent **besoin de services pour assurer des fonctions supports** auprès de TPME (administration, secrétariat, communication ...),
- Une filière qui **participe fortement à la découverte, à l'image et à l'attractivité du territoire**, qu'il faudrait pouvoir choyer.

3.2.4 La restauration

Une offre de 21 restaurants :

- 10 restaurants permanents,
- 7 restaurants itinérants,
- 4 restaurants saisonniers (Nistos, Port de Bales, O'cybelles, Loure Barousse).

Une grande variété de styles et de qualité, des écarts de prix, un manque d'homogénéité dans l'offre :

- 5 restaurants affichant une cuisine traditionnelle (24 % de l'offre),
- 6 pizzerias (29% de l'offre),
- 7 fast food / à emporter (33% de l'offre).

Le tiers des enseignes assure utiliser des produits locaux mais la restauration traditionnelle ne représente que le quart de l'offre²⁰.

Nom	Type	Cuisine	Commune	Capacité	Prix moyen
SMAIL MYRIAM	Restaurant itinérant	Plats cuisinés et sandwich à emporter	Mazères de neste	NC	NC
FOOD TRUCK DE NISTOS	Restaurant itinérant	Frites, plats, bières et gaufres Belges.	Nistos	10	NC
CAMION PYRANHA PIZZA	Restaurant itinérant	Pizzeria cuite au feu de bois	Saint Laurent de Neste	NC	NC
PIZZA GECKO	Restaurant itinérant	Pizzeria cuite au feu de bois	Tuzaguet	NC	?
ROYAL FISH & CHIPS	Restaurant itinérant	Fish and chips, hamburger poulet	Tuzaguet	NC	15 €
JEAN-PHILIPPE CAU	Restaurant itinérant	Burger ou plats améliorés	Izaourt	NC	NC
STEPH'PIZZAS	Restaurant itinérant	Pizzeria cuite au feu de bois	Hautaget	NC	NC
Pizz'a Popey	Restaurant permanent	Pizzeria cuite au feu de bois	Anère	NC	9 - 15 €
Le Paléo	Restaurant permanent	Cuisine traditionnelle et méridionale	Aventignan	80	18 €
La Bodega	Restaurant permanent	NC	Cantaous	30	10 €
HOTEL RESTAURANT DES PYRENEES	Restaurant permanent	Cuisine pyrénéenne	Mauléon barousse	NC	NC
LE RELAIS DU CASTERA	Restaurant permanent	Cuisine aux saveurs du terroir	Nestier	NC	22 - 44 €
LE REFUGE	Restaurant permanent	Cuisine pyrénéenne	Nistos	50	NC
LA TANIÈRE	Restaurant permanent	Pizzas gourmandes et artisanales, burger, sandwiches, tapas	Saint Laurent de Neste	15	15 €
COMME CHEZ PAPA ET MAMAN	Restaurant permanent	Produits frais et de saison, provenant directement de producteurs locaux	Sarp	NC	NC
CHEZ NANE	Restaurant permanent	Salades, paninis, entrecôte	Siradan	NC	NC
L'OREE DES CIMES	Restaurant permanent	Cuisine traditionnelle / produits du terroir	Siradan	50	?
LA GUINGUETTE DES OCYBELLES	Restaurant saisonnier	Buvette, glaces, snacks (burgers, grillades, moules-frites,...).	Saint Laurent de Neste	50	NC
LA GUINGUETTE DE L'ESTIVE	Restaurant saisonnier	Plats à base de produits locaux	Nistos	NC	10 - 15 €
LE CARBET DU LAC	Restaurant saisonnier	crêpes, glaces, ...	Loure barousse	NC	3 - 5€
LE PETIT REFUGE	Restaurant saisonnier	Restauration rapide (crêpes, planches, sandwiches,...) et vente de produits locaux	Ferrere	NC	NC

A noter : l'enseigne la bodega fait cantine scolaire les midis, les tarifs moyens de la plupart des restaurants ne sont pas affichés sur le site Web de l'OTNB, un projet d'un nouveau restaurant en cours à Loure Barousse.

²⁰ Qu'il faudrait pondérer en couvert.

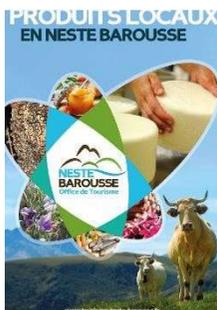
3.2.5 Artisanat / produits locaux

54 producteurs et artisans locaux sont présents dans le territoire, dont 4 marqués « bienvenue à la ferme ».

Ils sont pour la plupart **orientés en seconde transformation**, sur une dizaine de thématiques, allant des productions carnées à la conserverie ou à la fabrication de bières et de gâteaux.

On observe une **capacité de la production locale à fournir toutes les composantes d'un repas**, seuls les volumes pourraient interférer avec une volonté de produire et manger au plan local, à grande échelle.

Type de production	Nombre d'exploitation
Viandes	14
Poissons	1
Confitures	3
Miel et produits de la ruche	4
Bières	1
Fruits - légumes - épices	9
Conserverie	1
Fromages et produits laitiers	9
Gâteaux - pains - pâtisserie	6
Chocolatier	1



A partir du **Projet Alimentaire de Territoire / PAT** mis en œuvre avec plusieurs partenaires dont les EPCI composant le PETR, le Conseil Départemental, la Chambre d'agriculture, l'association croquez local et bien d'autres..., un plan d'actions a été construit autour de 4 axes :

- Axe 1 : Environnement – Lutte contre le gaspillage alimentaire,
- Axe 2 : Economie circulaire – Soutien aux agriculteurs en circuits courts,
- Axe 3 : Structuration de filière responsable accessible à tous – Justice sociale,
- Axe 4 : Projets transfrontaliers – Culture et patrimoine,

.. dont les axes 2 et 3 sont en pleine convergence avec l'objectif de valoriser le « manger sain », circulaire en contribuant à proposer des débouchés locaux durables aux producteurs.

La plupart des producteurs ne disposent pas d'un espace de vente dédié sur le lieu d'exploitation (manque de temps, de moyens techniques, peu ont un site internet). Deux marchés de producteurs sont présents en Barousse : Loure Barousse et Siradan.

Une association de producteurs : Croquez local est implantée à Saint Laurent de Neste.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

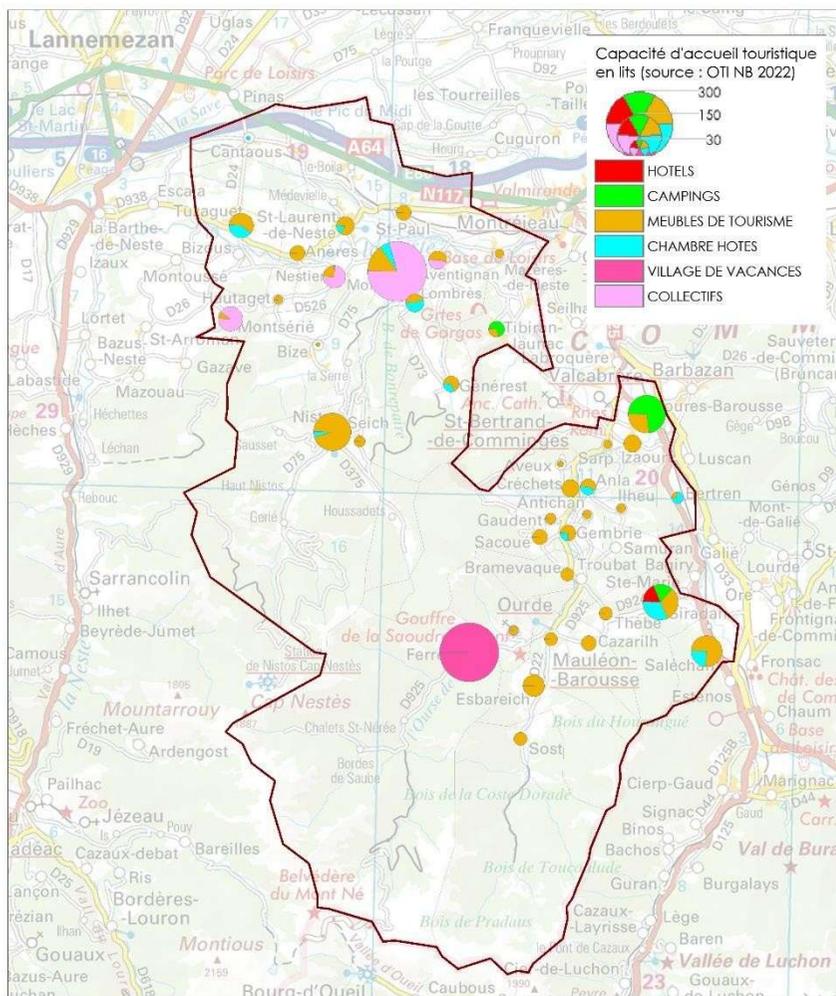
7 Artisans locaux sont présents dans le territoire.

Type d'artisanat	Nombre d'exploitation
Sculptures céramiques	1
Peinture	1
Bijoux	1
Textiles	1
Savons artisanaux	1
Coutellerie	1
Vannerie	1

A l'instar des producteurs, ils ne sont pas ou peu structurés pour assurer l'accueil, la promotion voire la commercialisation de leurs activités.

Il ne ressort pas également, de la documentation qui a été mise à notre disposition, qu'une route thématique soit mise en place pour participer à un objectif de visibilité, cohésion et coordination des acteurs.

3.2.6 Les lits touristiques



+/- 1750 lits marchands disponibles contre +/- 7600 lits en résidences secondaires en 2022.

Une certaine diversité de nature en lits marchands mais une nette **prédominance des meublés et des collectifs / Villages de Vacances.**

Des capacités unitaires moyennes plutôt faibles.

CCNB	Structures	Capacité lits	Capacité unitaire moyenne
Hôtel de tourisme	3	20	7
Camping	3	128	43
Meublé de tourisme	131	857	7
Chambre d'hôtes	17	164	10
Village de vacances	2	274	137
Collectifs	4	323	81
	160	1 766	11

Une grande partie des capacités d'accueil **se trouve en bas de vallée**, les lits touristiques sont actuellement croissants dans le territoire, mais autour d'unités de faible capacité.

CCNB	Capacité lits 2022	Capacité lits 2023	Capacité lits 2024
Hôtel de tourisme	20	20	20
Camping	128	128	147
Meublé de tourisme	857	884	968
Chambre d'hôtes	164	164	164
Village de vacances	274	274	274
Collectifs	323	323	309
	1 766	1 793	1 882

Avantages	Inconvénients
Diversité d'offre Opportunité tarifaire - RPQ	Peu d'hébergements classés Faible capacité Pas ou peu d'accueil de groupes dans le territoire Peu ou pas de bâtiments conformes aux normes thermiques actuelles

La qualification des lits

La plupart/quasi-totalité des établissements sont non classés, qu'ils soient pourvoyeurs de services hôteliers ou pas, ce qui laisse place à un fort enjeu de modernisation et de qualification de l'offre d'hébergements, notamment en chambre d'hôtes et meublés.

A noter que certaines clientèles étrangères, telle Europe du Nord, sont très sensibles aux classements et labels.

Les projets d'hébergements

Au travers de la plateforme départementale de recherche d'investisseurs, le territoire a été sollicité par des porteurs de projet souhaitant implanter un lieu d'hébergement au sud de la France (Occitanie ou PACA).

Les projets souhaités sont orientés vers des hébergement verts très qualitatifs, situés à proximité de plans d'eau avec des concepts qualitatifs et respectueux de l'environnement :

- **Ecolodge** par un groupe de campings et villages de vacances, projet de 4 à 5 ha pour implanter 100 à 300 lots (pods), budget d'opération (3 M€), gestion PRL, enjeu de 15 à 20 emplois à 3 ans,
- Aménagement **d'éco-lodges bio-sourcées, intégrées à la nature** et 100% démontables., projet de 5 à 10 ha budget d'opération (1,5 M€), pour enjeu de 4 à 5 emplois à 3 ans
- **Hébergement groupe haut de gamme en pleine nature**, projet de 10 à 25 ha, budget d'opération (0,720 M€), enjeu de 10 à 15 emplois à 3 ans
- **Hébergements insolites** de la société Parenthèse, besoin de 4 à 10 ha (terrain et plan d'eau), budget d'opération (1,5 à 2 M€), enjeu de 8 à 12 emplois à 3 ans (demande en février 2024),

Ce sont des **projets déposés par des opérateurs touristiques ayant une expérience et une antériorité dans l'installation d'hébergements verts**, insolites, organisés autour de petites unités collectives et à destination de clientèles à pouvoir d'achat élevé.

Ces projets sont intéressants car, outre leur caractère diversifiant, leur dimensionnement et leur caractère écoresponsable, ils ont été perçus comme « implantables » dans le territoire.

Ces types de demandes doivent orienter les futurs programmes d'hébergements en pleine nature, confer ci-après un certain nombre de réalisations insolites à titre d'exemple.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Cabane trappeur / forêt



Cabane dans les arbres



Bivouac nordique



Yourte nordique



Cabane dans les arbres - LOVnid



Cabane sur pilotis



Yourte



Igloo neige



Chalet / HLL fixe



Chalet tournesol



Mobil home POD



Mobil home coco sweet



Roulotte



Tonneau finlandais



Mobil home - Habitation légère de Loisirs / Chalet



Mobil home - Habitation légère de Loisirs / Chalet contemporain



DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Glamping / tente



Glamping / tente



Glamping / cabanne en bord de rive



Glamping / barge aménagée



Glamping / Bulle



Glamping / hébergement troglodytique



Glamping / chalets durables



Glamping / tente bulle



Glamping /Château d'altitude



Glamping / hôtel dans les arbres



Glamping SPA/Maisonnette

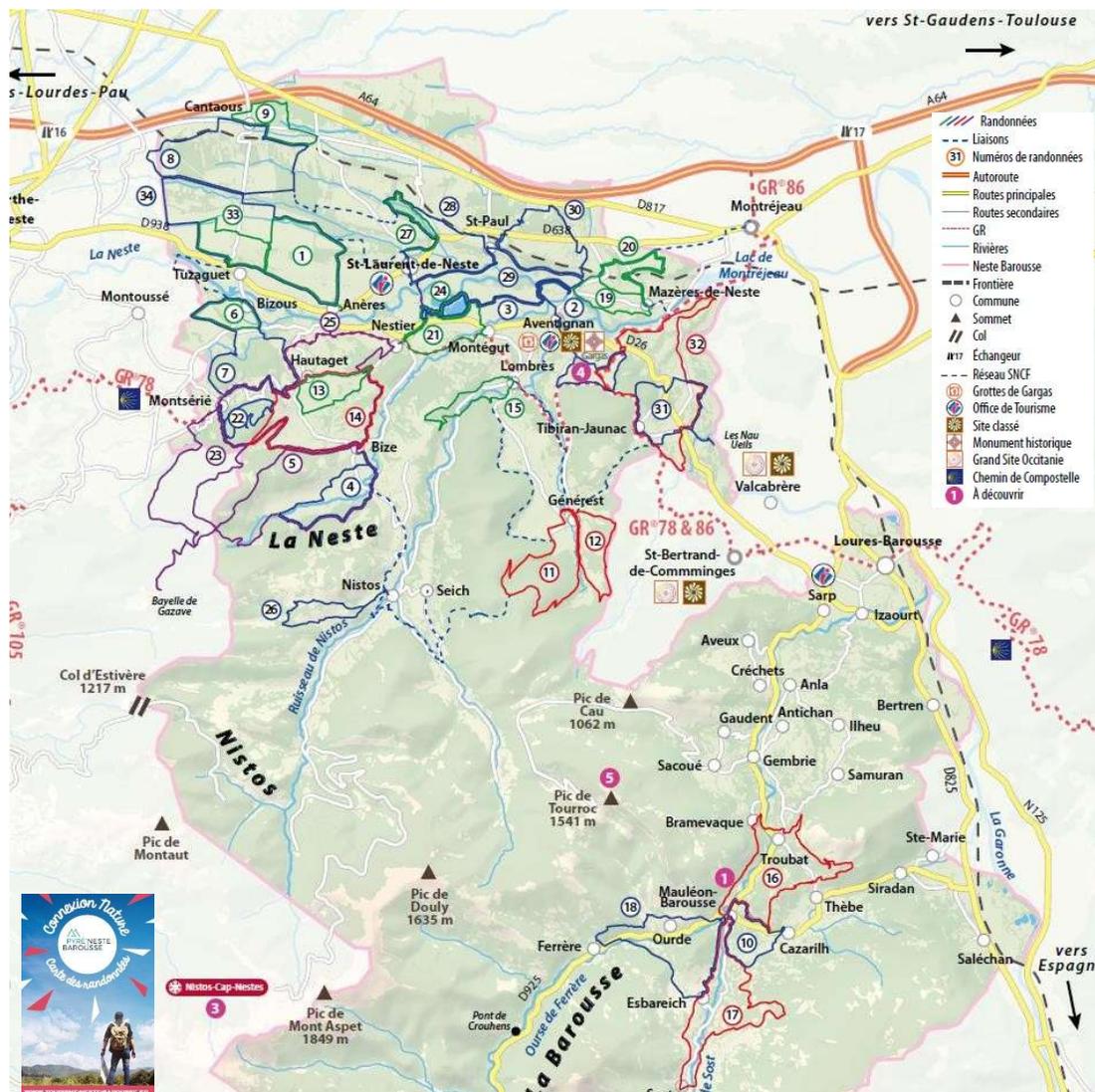


Glamping Igloo - tente



3.2.7 Sentiers et chemins de randonnées

Un schéma de « randonnées » composé de **34 boucles**



Source : CCN / OTNB

Globalement **une offre très, voire trop importante en linéaire : 260 km, pour structurer les déplacements et la lisibilité de l'offre**, aucun itinéraire présent au PDIPR.

Un entretien du linéaire cofinancé CCNB / PETR / Association conventionnée qui ne doit pas faire oublier l'essentiel : **penser client** avant de penser linéaire !

Une **offre très sectorisée** : basses nestes, secteur Seich et secteur Barousse qui est **partiellement cohérente avec les itinéraires de mobilités douces** précédemment présentés (réalisés ou en projet).

Une offre appelée « randonnées » ou « sentiers de randonnées » alors que l'on se situe **essentiellement sur une offre de la balade demi-journée**, faiblement maillée par un tissu de services et commerces.

Types	Count	Km	% Km
Très Facile	11	54	21%
Facile	14	109,7	42%
Moyen	6	59,1	23%
Difficile	3	38,5	15%
TOTAL	34	261,3	100%

Types	Count	Km	% Km
Balade	25	163,7	63%
Petite Randonnée	4	44,3	17%
Randonnée	5	53,3	20%
TOTAL	34	261,3	100%

Cette **offre est à rapprocher des publics accueillis** et des formats produits que l'on pourrait organiser en fonction de la proposition d'équipements / services (hébergement, activités et restauration).

3.2.8 Programmation événementielle

Les élus et techniciens du territoire sont sensibles à aider à **développer un tourisme culturel, porteur d'identité, de reconnaissance et de valeur.**

Parallèlement plusieurs **animations ou évènements culturels**²¹ sont organisés souvent portés par des associations, des comités des fêtes, des communes et parfois l'EPCI²². Ils sont rarement d'un rayonnement régional²³ et sont souvent **organisés entre Mai et Septembre** :

- Festival du cinéma muet à Anères (troisième semaine de Mai)
- Fête de la Transhumance (premier Juin),
- Randonnée collective ronde des Nestes (début Juin),
- Foire forestière (mi-juin),
- Brandon / feu de la saint Jean (23 Juin),
- Festival Franco Espagnol d'accordéon à Loure Barousse (début Juillet),
- Nestivale – Electro aux O'Cybelles (mi-juillet),
- Bram'a'dub à Bramevaque / reggae (mi-juillet),
- Les Baréjadis (Mi-Août, fête annuelle ayant pour thème la nature, les traditions artisanales et culturelles de la Barousse),
- Foire aux Fromages (début Août).

Manifestations sportives

- Trail des Boudinaires en Barousse (mi-mai),
- Pyrénées cycl'n trip (mi-juillet),
- Semi-marathon de la Barousse (premier novembre),
- Barousse-Balès, cyclo sportive à Loure Barousse.

²¹ Avec aussi des disparitions : Festival Saute-Mouton (3 jours fin Mai), Jeudis en Scènes / théâtre de verdure du Mont d'Arès, Festival Franco Espagnol d'accordéon à Loure Barousse (début Juillet), Festival sons et lumières à Izaourt (fin Juillet), Rock estival, à Loure Barousse (fin Août), Spectacles mensuels à la Maison du Savoir.

²² A rappeler que l'animation touristique est une compétence partagée, au sens de l'article L. 1111-4, avec les communes membres de l'EPCI.

²³ Leur fréquentation s'exprime généralement a maxima en milliers.

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

A noter que l'EPCI réfléchit à organiser de visites de sites patrimoniaux fermés au public durant l'été avec un guide conférencier (étude en cours pour réaliser un inventaire et mutualiser un poste avec les 2 autres CC du Pays des Nestes).

L'office a également en projet de développer des «visites patrimoines » en régie.

3.3 Synthèse de l'offre du territoire

Patrimoine naturel		LIEU
	Nestes, réseau hydrographique dense	Mauléon Barousse
	Nombreux lacs et forêts	Ferrere
	Gouffre de Saoule	Nistos / Ourde
	Port de Balès	Ferrere
	Col de	Nistos / Ourde
	Nombreuses ZNIEFF de type I et II	

Site / village remarquable		
Site Inscrit	Château féodal ruines et butte, église et cimetière	Bramevaque
Site Inscrit	Tour féodale ainsi que l'Ourse et ses rives	Mauléon Barousse

Patrimoines		
Monuments / Patrimoine ecclésiastique	20 Eglises, 2 rochers de la vierges, 5 chapelles, 1 monastère, 2 anciens cimetières (+ Saint Bertrand de Comminges et Saint Just de Valcabrière hors territoire)	sur tout le territoire
Monuments / Patrimoine	Grotte de gargas / Nesploria	Aventignan
Petits patrimoines vernaculaires	9 lavoirs, 5 fontaines, 1 aqueduc, 1 bascule	
Ponts	Pont romain, pont pierre - Napoléon	Generest, Esbareich
Patrimoine archéologique	Site protohistorique - Oppidum du mont Ergé	Montsérié
Vestiges	Vestiges	Nestier
Monuments / Patrimoine	Châteaux	Bramevaque, Bize
Centre culturel	Maison du savoir	Saint Laurent de Neste

Hébergements		
Hôtels	2 hôtels de tourisme non classés (2 projets en cours)	Siradan et Bramevaque ?
Campings - aires naturelles	3 structures - 128 lits (pas de classement)	Lours, Barousse, Tibiran Jaunac, Siradan
Gîtes et meublés	131 structures - 857 lits (dont 23 lits en logements insolites) (pas ou peu de classement)	36/43 communes équipées
Chambres hôtes	17 structures - 164 lits (pas ou peu de classement)	
Villages de vacances	1 structure - 274 lits (pas de classement)	Ferrere
Collectifs	4 structures - 323 lits (pas de classement)	Montegut, Montsérié, Nestier, Aventignan

Restaurants	21 restaurants, 11 en offre à l'année, 7 itinérants, 4 saisonniers, pas de classement hormis 1 structure Gault et Millau	11 équipées communes pour offre permanente
--------------------	--	--

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Activités de Pleine Nature privées encadrées		
BUREAU DES MONITEURS PYRÉNÉENS	Escalade et canyoning	Antichan
AQUA NESTES	Canoë kayak, rafting	Aventignan
PYRENEES VERTIGES	Escalade - Via Ferrata - Canyoning	Bertren
RANDONEO	ir à l'arc (découverte, parcours nature, Battle arc...) Sarbacane, raquettes à neige, balades et randonnées, bivouacs en igloo et Tipi, ânes de bât, marche nordique	Bize
L'ATELAGE BAROUSSAIS COMMINGES PYRENEES	balades à cheval en Barousse, des randonnées équestres en Occitanie	Cazarilh
N'CO PARK - PARCOURS AVENTURE	PAH - accrobranche	(Lannemezan)
LA TRUITE DU NISTOS PISCICULTURE	Pisciculture	Lombrès
CASTERAN SERGE	Guide haute montagne	Ourde
FERME EQUESTRE DU CENTAURE	Centre équestre + école d'équitation + randonnées équestres	Sacque
BOUGEZ, RESPIREZ, VIVEZ BIEN, VIVEZ SPORT !	Marche nordique, pilates	Saint Laurent de Neste
GRAVITEO	Escalade, canyoning, randonnée, raquettes à neige, via-ferrata et course d'orientation.	Saint Laurent de Neste
LES ECURIES D'ELENDIL	Ecole d'équitation	Saint Laurent de Neste
PASSEPORT POUR L'AVENTURE VERTICALE	Escalade (en salle ou en extérieur), stages, voyages, grandes voies, parcours aventure (tout public), via ferrata, rappel géant et canyoning	Saint Laurent de Neste
PYRENEES PECHE AVENTURE	Moniteur guide de pêche diplômé	Saint Laurent de Neste
PARC NATURE ET FAUNE LES JOURS HEUREUX	Chèvres, ânes, poneys, chevaux, poules, lapins... Mais aussi sa faune sauvage : renards, sangliers, wallabys, ragondins, .	Saléchan
BUREAU MONTAGNE DES NESTES	andonnées accompagnées en montagne. Raquettes à neige, séjours bivouac avec ânes, en igloo, en Tipi, sous tente... Mais aussi, Tir à l'arc découverte, en parcours nature. Battle arc, Biathlon Arc... Sarbacane (découverte et biathlon), Marche nordique	Sarp
PYRENEES BIKE CAMP	Sorties VTT encadrées, All Mountain/ Enduro	Siradan

Activités de Pleine Nature publiques indoor / outdoor		
Espace nordique Nistos	Site nordique + magasin location + hébergement (12 lits) + bar / restaurant	Nistos / Sarrancolin
O'Cybelles	Baignade écologique	Nestier
Gargas / Nesploria	Grotte aménagée et centre d'interprétation	Aventignan
Maison des sources	Centre d'interprétation (en appui hébergement sur chalets de Sainte Nérée (137 lits)	Mauléon barousse

Balades / randonnées		
Boucles / sentiers / chemins	34 circuits de randonnée pédestre représentant 261 km inclus dans le territoire	26 communes maillées sur 43

Equipements structurants		
Station nordique	Station de nistos	Nistos - Sarrancolin
Grotte aménagée et centre d'interprétation	Gargas / Nesploria	Aventignan
Baignade écologique	O'Cybelles	Saint Laurent de neste
Centre d'interprétation	Maison des sources	Mauléon Barousse

Artisans d'art / artistes / galeries		
Artisan d'art	Sculptures en céramique	Cazarilh
Artisan d'art	Peintures, paysage, portraits, animaux (sur toiles, ardoises, bois...)	Mauléon Barousse
Artisan d'art	Créations naturelles de bijoux, porte-clés, suspensions	Montégut
Artisan d'art	Créations textiles	Saint Laurent de Neste
Artisan d'art	Savons naturels artisanaux et originaux au petit lait de brebis.	Sost
Artisan d'art	Fabrication de couteaux de poche, chasse ou cuisine.	Sost
Artisan d'art	Vannerie	Thèbe

Produits locaux / terroir		
Viandes	Ensoy d'Etch Escoum	Bramevaque
Viandes	La Ferme du Hontaou	Esbareich
Viandes	Audrey OUSSET	Ferrere
Viandes	François NOGUES	Gaudent
Viandes	Ferme Rossignol	Generest
Viandes	Vivian VERDIER	Generest
Viandes	GAEC DE PUJOULA	Ilheu
Viandes	Ferme de Champouret	Montégut
Viandes	Pascal SEUBE	Nistos
Viandes	Stéphane PUJOL	Asacque
Viandes	Ferme Cazaux	Samuran
Viandes	Au panier Nestois	Saint Laurent de Neste
Viandes	Christophe ALONSO	Sost
Viandes	GAEC DE LA FALAISE	Troubat
Poisson	La truite du Nistos	Lombrès
Fromages et produits laitiers	Le Bératou	Bize
Fromages et produits laitiers	Ferme du Pradias	Esbareich
Fromages et produits laitiers	Lou Lombrès	Lombrès
Fromages et produits laitiers	EARL Du Bignaux	Nestier
Fromages et produits laitiers	GAEC du Cap de la Lane	Sost
Fromages et produits laitiers	Pierre RECORD	Sost
Fromages et produits laitiers	Jean-Louis SEILHAN	Sost
Fromages et produits laitiers	La Ferme Fromagère	Sost
Conserverie	Le Gourmet Baroussais	Anla
Chocolaterie	Aztek' Artisan Chocolatier	Mazère de Neste
Fruits - légumes - épices	Ferme biologique	Anla
Fruits - légumes - épices	Le potager de Bertren	Bertren
Fruits - légumes - épices	Les Orvets de Bizous	Bizous
Fruits - légumes - épices	LIMB – Les Jardins de Cantaous	Cantaous
Fruits - légumes - épices	Les Vergers de Barousse	Izaourt
Fruits - légumes - épices	Les Jardins du Mont Arès	Nestier

Fruits - légumes - épices	Safran Du Vieux Logis	Nistos
Fruits - légumes - épices	Les Jardins de Nistos	Nistos
Fruits - légumes - épices	Récolte Sève de bouleau	Sost
Gâteaux - pains - pâtisserie	Patricia MARTIN - Gâteau à la broche.	Cantaous
Gâteaux - pains - pâtisserie	Expl De Martin	Lours Barousse
Gâteaux - pains - pâtisserie	La Béloise	Mauléon Barousse
Gâteaux - pains - pâtisserie	Au pain grillet	Saint Laurent de Neste
Gâteaux - pains - pâtisserie	La Mie Laurentaise	Saint Laurent de Neste
Gâteaux - pains - pâtisserie	Piques et Gourmandises	Seich
Confitures	Les délices d'OSCAR	Lours barousse
Confitures	Les Confiotes de la mère Naviole »	Sacoue
Confitures	Douceur de châtaignes des Pyrénées	Tibirna Jaunac
Bières	Brasserie des Pics	Saint Laurent de Neste
Miels et produits de la ruche	Le Miel de Cailloux	Lombrès
Miels et produits de la ruche	Le Rucher de Barousse	Sarp
Miels et produits de la ruche	Stéphane POIX apiculteur récoltant	Sost
Miels et produits de la ruche	Romain LUCAS apiculteur récoltant	Tuzaguet
Ferme pédagogique	Ferme les jours heureux	Saléchan

Marchés	2 marchés de producteurs réguliers sur le territoire avec une offre les mardi, jeudi, vendredi, samedi et dimanche	Loure Barousse et Siradan
	1 association de producteurs locaux	Saint Laurent de Neste
Loisirs culturels	un tissu d'associations culturelles	
	ACCUEIL JEUNES BAROUSSE	Loures Barousse

Programmation culturelle		
Evénementiels	une quinzaine de programmation en 2023 (fêtes, foires) à date fixe et des récurrents (Spectacles mensuels à la Maison du Savoir, Jeudis en Scènes / théâtre de verdure du Mont d'Arès)	Organisation privées

Source : OTI NB, DiaThemis.

NESTE BAROUSSE : RESSOURCES ET APTITUDES TOURISTIQUES

LES RESSOURCES TANGIBLES A "L'ACTIF IMMOBILISE" DU TERRITOIRE	
Actifs / Immos corporels	Eau forêt montagnes, estives ... et tous autres supports physiques aux activités Villages et leurs points d'attraction majeur Espaces naturels remarquables et leurs outils de gestion / protection Terrains, chemins, sentiers Organisation en vallées Patrimoines naturels, architecturaux, industriels Bâtiments communaux et intercommunaux et leurs équipements / machines Investissements communaux et intercommunaux Office de tourisme NB Equipements structurants : Gargas / Nesploria, Nistos, O Cybelles Hébergements, restaurants, APN et autres services touristiques Commerces et artisanat Marchés et producteurs / transformateurs locaux Programmation culturelle et acteurs de la culture

Actifs / Immos incorporels	Marques, labels et autres classements ? Marque Office de Tourisme Qualité Tourisme ? Adhésion aux partenaires de la compétence : HPTE & CRT O Partenariats avec prestataires au travers de conventions Adhésion au dispositif accueil investisseurs / entreprises Coûts de développement / études Les projets (études en cours...)
-----------------------------------	--

LES RESSOURCES INTANGIBLES A "L'ACTIF IMMOBILISE" DU TERRITOIRE	
RH et technologies utilisées	Personnel communal et intercommunal (animation et tourisme) Personnel OT L'histoire / l'esprit des lieux / personnages historiques Technologies utilisées (sites Web, réseaux sociaux et leurs contenus)

LES APTITUDES DU TERRITOIRE
<p>... LA CAPACITE A COMBINER LES RESSOURCES POUR AUGMENTER LA CHAINE DE VALEUR</p>

Il n'y **pas vraiment de carences en offre sur le territoire** (hormis hébergements et équipements indoor), l'enjeu est plutôt de parvenir à « mettre en musique » cette offre pour que son rassemblement produise plus d'effets touristiques positifs que la seule addition de l'ensemble de ses composantes (les aptitudes du territoire sont à développer).

En résumé

Six filières structurantes (APN neige, APN hors neige, Visites culturelles, Restauration, Productions locales, Bien être), **trois filières en devenir** (itinérance verte, grande nature, découverte shopping).

Une **fréquentation touristique plutôt moyenne** en regard des flux enregistrés dans les billetteries.

Un **marketing client** qui doit demain jouer davantage sur l'orientation et le développement de l'offre.

L'EPCI CCNB fait un gros effort sur le développement des activités touristiques, l'animation et la structuration de l'offre... et des acteurs.

Un important **réseau de randonnées pédestres**.

Des **activités privées diverses avec quelques fragilités** (APN), un **manque de compacité** (restauration), les emplois salariés touristiques sont d'abord des emplois dans la restauration ... et pas dans l'hébergement.

Des **lits peu classés**, avec une prédominance des meublés même si l'on constate une certaine diversité.

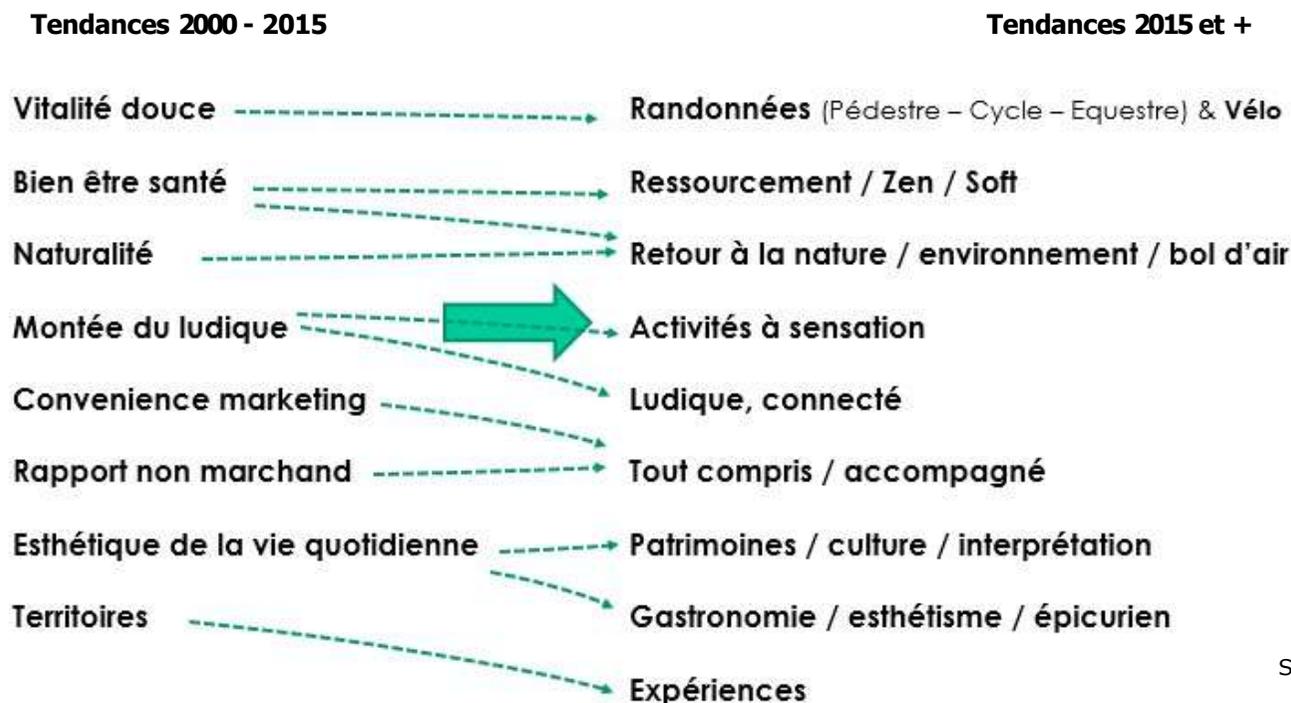
Peu de carences d'offre, le territoire a d'abord besoin :

- De perspectives et de robustesse (un projet),
- D'ouvrabilité (diversifier les activités et produits pour viser un jour le « 4 saisons »),
- Et des aptitudes pour optimiser la combinaison des offres existantes.

4 ETUDE DES POTENTIALITES

1. Tendances lourdes exogènes au territoire

1. Les aspirations des clientèles montagne – campagne ont changées



Sources DiaThemis, Cofremca, ODIT/AF

Progressivement des **composantes plus larges** de ce qu'est le tourisme, mais aussi plus individualistes :

- Un **rapport au «moi» plus intime** (retour à la nature, sensation, ressourcement...),
- Un **tourisme connecté**,
- Un **tourisme « Easy »** : tout compris, « convenient », accompagné, pré-resa, agenda de voyage...

... et le rapport au «nous» n'est pas encore réellement apparu en 2015.

4.1.2 Tourisme et période Post Covid19

La saison estivale 2020 marquée par la crise sanitaire liée à la Covid19, a bouleversé le type et l'intensité de la fréquentation touristique des territoires avec parfois des **arrivées d'usagers nouveaux, non habitués aux espaces sensibles/protégés et à leur philosophie**. Pour certaines de ces clientèles, la campagne ou la montagne ont été le support pour des vacances en sécurité « loin des foules » et « loin des contraintes sanitaires » mais **pas toujours un choix de destination motivé par les valeurs incarnées habituellement localement** (espace de quiétude, espace protégé...) ou suffisamment conscient des contraintes liées aux déplacements et séjours en milieu rural.

L'ignorance fréquente des règles élémentaires d'usage dans des espaces naturels et/ou sensibles peut entraîner, sur certains sites, une augmentation des tensions. Cette situation doit **interroger l'EPCI CCNB sur ce que doit être la stratégie dans le domaine du tourisme et sur sa capacité à sensibiliser les publics de demain**.

Si **le caractère conjoncturel ou plus pérenne de ces évolutions n'est pas encore évident**, et qu'il conviendra d'éviter le piège d'arbitrages durables qui seraient fondés sur le retour d'expérience d'une ou deux années, il apparaît indispensable d'anticiper les saisons futures et le schéma de développement touristique doit être un moyen de réponse.

Si **mieux accueillir** est un objectif clairement affiché dans le territoire Neste Barousse, **l'enjeu de gérer la fréquentation et les flux** devra se faire de telle sorte qu'ils ne dégradent pas ce qui fait le caractère exceptionnel des espaces et patrimoines locaux.

En effet, de nouvelles **attentes** sont **apparues** ou se sont **renforcées** ...

Une recherche de solutions de mobilités, le tourisme est d'abord un changement de place vers des lieux réputés de meilleure qualité.

Une recherche d'expériences gage d'un enrichissement personnel (accompagnement personnalisé, intimité de l'accueil versus promiscuité, produits « sur mesure »...).

Des usages numériques qui se renforcent, le digital est plus que jamais un avantage par rapports aux évènements physiques :

- Des budgets mieux maîtrisés,
- Une empreinte carbone réduite,
- Un gain de temps,
- Un ciblage affinitaire plus large.

Une contraction des budgets clients, réservation last minute et raccourcissement des séjours (pression sur l'hébergeur + mobilité low cost).

Une augmentation de la fréquence de départs et montée du **tourisme de proximité**.

La prise en compte du développement durable et la montée de l'éco-conscience des publics, vers un « **tourisme de sens** », un « **tourisme du nous** » plus résilient et inclusif à la faveur de la remontée de l'enjeu de la durabilité... et de la sobriété, un « **tourisme engagé** » vers la recherche d'un impact environnemental et sociétal positif au travers du tourisme.

4.1.3 Les effets des tendances touristiques et de la période Covid19 au niveau des OT

Une organisation de l'offre, de l'accueil et des services avec une **montée du numérique** dans l'intermédiation entre fournisseurs et clients/usagers.

Vers des actions renforcées vers une **diversification** et une **dessaisonnalisation** de l'offre.

Les OT ont renforcé leurs **actions de coordination** et sollicité au maximum leurs partenaires locaux, voire les habitants pour **formater une nouvelle offre fiable et de qualité, la promouvoir et la commercialiser**.

Devenir **réactif** et **innovant** pour **répondre à de nouvelles attentes, plus soucieuses de l'environnement et avec moins de pouvoir d'achat**, a été l'enjeu d'un grand nombre d'offices de tourisme, et principalement ceux déjà structurés.

Utilisation de la **qualité environnementale, paysagère et la douceur des lieux comme de véritables promesses clients** qui seront intégrées à l'expérience de visite/séjour.

Plus récemment, face à la crise sanitaire, le réchauffement climatique, la crise économique, **le comportement des clientèles a évolué**, et les cibles également; les offices de tourisme ont été obligés de s'adapter au cas par cas, par exemple en s'orientant vers

- Des **clientèles de proximité** régionales/interrégionales (effet amortissant des pratiques saisonnières... avec aussi un enjeu d'image, de culture et de gestion des flux).
- Le **tourisme résident** avec un enjeu de faire redécouvrir/se réapproprier le territoire et son offre aux populations locales.

4.1.4 Les enjeux du réchauffement climatique

Pour les stations de ski, qu'elles soient alpines ou nordiques, le **réchauffement climatique se traduit par une diminution de l'enneigement naturel** (confer modèles GIEC / IPSL, CERFACS, CNRM, Météo France/CEN).

La question de l'offre hiver outdoor en station, permettant d'atténuer les effets négatifs de la hausse des températures, voire de stabiliser la skiabilité d'une station, **est clairement posée, avec plusieurs stratégies possibles** :

- Optimisation de l'ouvrabilité avec la **neige de culture** et un **damage** adapté,
- **Hiérarchisation** stratégique **des pistes**,
- **Agilité sur les secteurs les plus exposés** à l'aléa climatique (secteurs et tranches altitudinales),
- **Sectorisation des domaines skiables** avec des zones à investissements très légers et à ouvrabilité optionnelle,
- **Diversification multi saisonnière**, afin de réaliser davantage d'activité pendant l'été, ou en hors neige.

Depuis les années 2000, en France, le nombre de skieurs n'augmente plus et une personne sur 5 ne ski pas en hiver en station, mais l'exploitation hiver représente souvent 70 à 80 % de l'économie d'une station.

Domaines alpins et nordiques sont impactés, Nistos n'échappe pas à la tendance et la station semble particulièrement impactée par le réchauffement climatique.

Quelle **production touristique d'hiver** s'il manque de la neige pour skier ? : autres glisses ?, autres activités ? autres modèles économiques ?

Une réflexion sur la **sobriété énergétique et la diminution des GES** à appliquer aux **installations en montagne et aux solutions de mobilité**.

4.1.5 Les évolutions / valorisations des espaces naturels en tant qu'actifs environnementaux

La question des **espaces naturels comme éléments de valorisation** au sens « comptable » du terme est de plus en plus clairement posée.

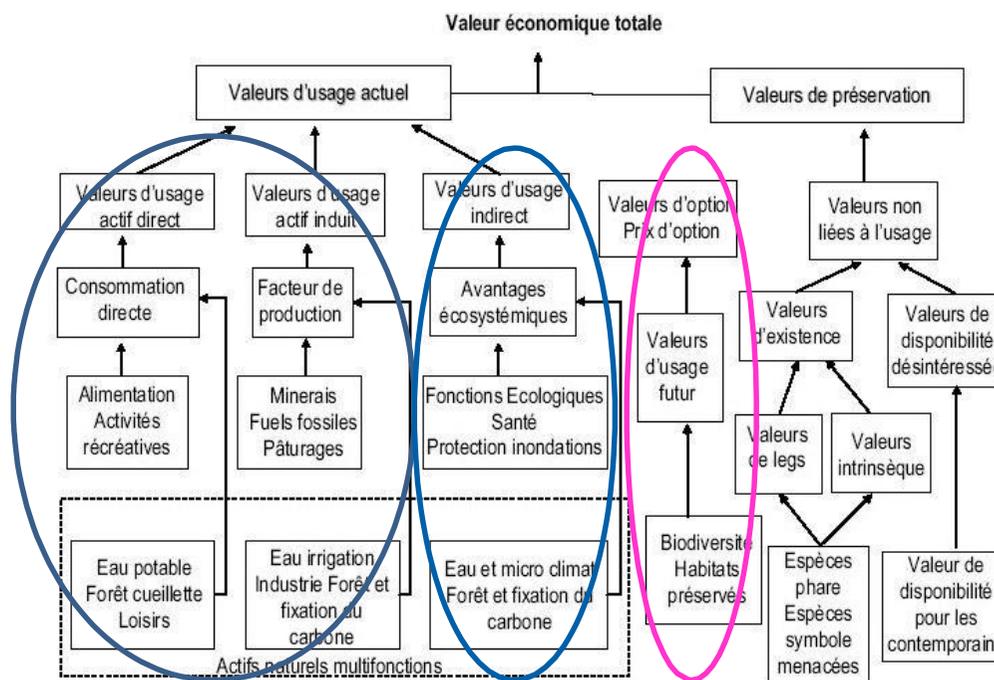
La valorisation des espaces naturels doit s'entendre à 3 niveaux :

- La **Valeur d'usage**, dans un contexte économique, désigne la valeur des avantages économiques futurs attendus de l'utilisation d'un actif ou plus généralement, il s'agit de la valeur attribuée à l'utilisation réelle ou potentielle d'un bien, d'un service ou d'une ressource,
- La **Valeur d'option**, liée à des **valorisations ultérieures** créées par exemple à la suite de la préservation temporaire d'un produit, d'un process, d'un milieu « naturel », pour demain en relancer une exploitation « bonifiée » créatrice de valeurs futures,
- La **valeur de non usage ou la valeur de préservation** liée à des valorisations ultérieures non monétarisables, créées par exemple à la suite de la préservation permanente d'un produit, d'un process, d'un milieu « naturel ».

Pour les collectivités territoriales ou leurs établissements publics sièges d'espaces naturels remarquables, on note un **passage progressif d'actifs environnementaux paysagers et directement productifs** (valeur d'usage) vers une recherche d'économie indirecte (valeur d'option) mais monétarisée :

- Actifs environnementaux à **usages actuels valorisables indirectement** (milieux/espaces naturels ... plans d'eaux, forêts, estives ?),
- Actifs environnementaux **valorisables indirectement pour des usages futurs** (espaces non valorisés actuellement).

Ces sont de vrais enjeux de valorisation des espaces naturels du territoire ainsi que de vrais enjeux de communication.



Source : Evaluation des actifs environnementaux, M. Yelkouni / IEPF / SIFEE 2010.

En résumé des tendances lourdes et post Covid19

Des **tendances socioéconomiques** qui doivent **conduire les futurs projets** et développements.

Globalement un « monde d'après » ... très proche du monde d'avant... avec cependant : une **clientèle régionale apparemment plus marquée** et un **attrait confirmé pour la montagne** (neige et hors neige).

De **nouveaux arrivants / néo clients**, plutôt hors neige, pas forcément sensibilisés à la montagne.

Des **effets « Last minute »** souvent plus marqués dans les réservations.

Une **demande d'accompagnement / APN renforcée**, les pratiques sont davantage un objectif de déplacement.

Des **niches qui se redéveloppent** : agro tourisme – tourisme de nature - tourisme industriel – tourisme architectural.

Une demande plus affirmée pour de l'**organisation de la mobilité** pour l'accessibilité.

Un regard plus critique sur les consommations des installations, les énergies utilisées, les externalités et sur **le caractère +/- « vert » des stations et des sites.**

=> Une **modification de certaines attentes** mais aussi **un élargissement des cibles de clientèles potentielles.**

4.2 Potentialité touristique d'un panel de sites et activités du territoire

1. Méthodologie employée

L'étude des **potentialités touristiques court / moyen terme** est bâtie sur la base de :

- La **priorisation du regard de la CCNB** sur les sites dont elle a la maîtrise, puis sur d'autres sites majeurs du territoire,
- La prise en compte d'**analyses marketing endogènes** au territoire (offres, acteurs, services, ...) et notre regard d'expert,
- La prise en compte de **facteurs socioéconomiques exogènes** au territoire (évolution des comportements, pratiques, et attentes des publics, évolutions de l'organisation des marchés ...).

Une liste des sites à investiguer a été réalisée par la CCNB, elle prend en compte :

- Des **sites naturels - patrimoniaux** essentiellement non marchands,
- **Des sites touristiques**, marchands,
- Des sites à activités **indoor ou outdoor**,
- Des sites présents **dans les deux vallées du territoire**.

Une **visite de ces sites** a été réalisée au printemps 2024, accompagné de personnels techniques de la CCNB : Gargas / Nesploria, Nistos, les O' Cybelles, la Maison des sources, les chalets de Sainte Nérée, le château de Bramevaque, le site protohistorique de Montsérié, le port de Balès, les deux plans d'eaux de Saint Laurent de neste / montégut, le plan d'eau d'Aventignan, le plan d'eau de Loures barousse, le plan d'eau de Saléchan.

Une **analyse multicritères** a été réalisée, a posteriori des visites, prenant en compte les principales caractéristiques des sites visités et leur capacité à être attractif à court et moyen terme.

Ces caractéristiques ont d'abord été compilées avec des indicateurs quantitatifs / qualitatifs pour ensuite être recodées sous forme de notations gradées à 3 niveaux (faible – moyen – fort) de telle sorte que chaque site / activité puisse disposer d'une note pour chaque critère qui alimente ensuite une note globale évaluant le potentiel.

4.2.2 Analyse multicritères des sites

L'analyse multicritères prend en compte **5 «imputs »et 31 critères** :

1. La **configuration des lieux (8 critères** : type de patrimoine, surface indoor / outdoor ouvertes à la fréquentation, lieu d'implantation, population de la commune d'implantation, nombre d'hébergements touristiques présents dans la commune d'implantation, nombre de lits touristiques présents dans la commune d'implantation, niveau d'intensité touristique, type d'environnement – dispositif de protection/gestion,
2. Le **Marketing (11 critères** : positionnement marketing de l'offre et mix marketing, degré d'innovation de l'offre, type de parcours visiteurs, part des prestations marchandes dans l'offre globale du site, niveau de mise en produit, calendrier d'ouvrabilité potentiel, stratégie marketing utilisée pour promouvoir, ciblage affinitaire, type de distribution, type de promotion, cohérence marché / demande),
3. Le **business model proposé (5 critères** : présence d'un BM, proposition de valeur – produit/service – prix – clients, degré d'innovation du BM, architecture de valeur / chaine de valeur – ressources – aptitudes, type d'économie permettant des recettes),
4. **Développement durable et la mise en valeur des patrimoines considérés (4 critères** : offre durable, adaptation aux effets du changement climatique, circularité des process, sobriété énergétique),
5. **Les besoins supports (3 critères** : Besoins primaires : RH / Entretien / Développement -INV / Promotion / Distribution, besoins supports : OT / Marketing / Signalétique / Animation / Coordination acteurs, travaux selon niveaux d'importance).

SITE
Nom
Type patrimoine
Surface ouverte aux publics int. Surface ouverte aux publics ext.
Commune
Population Commune
Hébergements touristiques présents dans la commune
Lits touristiques présents dans la commune
Intensité touristique / 100 habs.
Environnement / protection / patrimoines naturels
POSITIONNEMENT MARKETING
Orientation : Positionnement / degré d'innovation
Parcours visiteurs / clients
Part marchand / prestation
Produit
Ouvrabilité saison (JO + calendrier)
Stratégie marketing (4)
Ciblage affinitaire
Distribution
Promotion
Cohérence marchés / Demande

BUSINESS MODEL
Présence d'un business model
Proposition de valeur
Produits/services
Prix
clients
Degré d'innovation
Architecture de valeur
Chaine de valeur
Ressources
Aptitudes
Equation de profit / ROI
Coût actualisé
Capital
Recettes annuelles
Charges annuelles
DEVELOPPEMENT DURABLE
Type de mise en valeur des patrimoines considérés
Offre durable
Adaptabilité aux effets du changement climatique
Circularité
Sobriété énergétique
Besoins
Besoins primaires : RH / Entretien / Développement - INV / Promotion / Distribution
Besoins supports : OT / Marketing / Signalétique / Animation / Coordination acteurs
Travaux

4.2.3 Classement des sites / recommandations

Pour chaque site et chaque critère, il est procédé à une notation selon 3 niveaux : 1 (faible) ou 2 (moyen) ou 3 (fort).

Un déflateur est éventuellement appliqué à la note finale de chaque site en fonction de l'importance des travaux présumés pour réformer/adapter l'offre du site.

Le classement qui en résulte ne doit pas être imaginé comme un tri des « bons » et des « mauvais » sites, mais comme l'expression de priorités à court / moyen terme, dans l'ensemble du panel étudié.

SITE												
Nom	Gargas / Nesploria	Nistos	O Cybelles	Maison des sources	Chalets Ste Nérée	Château de Bramevaque	Site protohistorique de Montsérié	Port de Balès	Plans d'eau SLN / Montégut	Plan d'eau Aventignan	Plan d'eau Loures Barousse	Plan d'eau Saléchan
Type patrimoine	Monument muséo / culture / pédago	Loisirs montagne / station	Loisirs Eau / baignade	Muséo / culture / pédago	Bâtiments hébergements + parc	Monument castral	Site de fouille	Site naturel	Plans d'eau artificiels / carrière	Plans d'eau artificiel	Plans d'eau artificiel	Plan d'eau artificiel / carrière

Surface ouverte aux publics int.	2	2	0	2	3	1	1	0	0	2	0	0
Surface ouverte aux publics ext.	1	3	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1
Commune	AVENTIGNAN	SARRANCOLIN	NESTIER	MAULEON-BAROUSSE	FERRERE	BRAMEVAQUE	MONTSERIE	FERRERE	SAINTE LAURENTE DE NESTE -	AVENTIGNAN	LOURES BAROUSSE	SALECHAN
Population Commune	2	3	2	1	1	1	1	1	3	2	3	2
Hébergements touristiques présents dans la commune	2	2	5	5	2	3	2	2	13	2	6	11
Lits touristiques présents dans la commune	1	2	1	1	3	1	1	3	3	1	2	1
Intensité touristique / 100 habs.	1	1	1	1	3	2	2	3	1	1	1	1
Environnement / protection / patrimoines naturels	2	2	1	2	2	3	2	3	1	2	1	1

POSITIONNEMENT MARKETING												
Orientation : Positionnement / degré d'innovation	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Parcours visiteurs / clients	3	3	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1
Part marchand / prestation	3	3	3	2	3	0	0	2	0	1	0	0
Produit	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Ouvrabilité saison (JO + calendrier)	3	1	1	3	2	2	1	2	3	3	3	1
Stratégie marketing (4)	3	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	1
Ciblage affinitaire	3	2	2	3	1	3	3	2	1	1	1	1
Distribution	2	3	2	2	3	3	0	0	0	1	0	0
Promotion	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1
Cohérence marchés / Demande	3	2	3	1	1	3	2	3	1	2	2	1

Source : DiaThemis.

BUSINESS MODEL													
Présence d'un business model		3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
Proposition de valeur													
Produits/services		3	3	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0
Prix		7,5 € enfant / 12,50 € adultes	Activités : 4 à 11 € + Hébergemen t : 25 à 40 € / nuitée	4 à 5 € l'entrée	5 à 9 € parcours complet	38 à 58 € la nuitée	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
clients		3	3	2	2	2	3	1	3	2	1	1	1
Degré d'innovation		2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1
Architecture de valeur													
Chaine de valeur		3	3	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0
Ressources		3	3	2	2	1	2	3	3	2	2	1	1
Aptitudes		2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1
Equation de profit / ROI													
Coût actualisé													
Capital													
Recettes annuelles		3	3	1	1	3							
Charges annuelles		1	1	3	1	1							

DEVELOPPEMENT DURABLE													
Type de mise en valeur des patrimoines considérés													
Offre durable		1	1	3	1	1	3	2	2	2	2	2	1
Adaptabilité aux effets du changement climatique		3	2	2	2	1	2	3	1	2	3	3	2
Circularité		1	1	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1
Sobriété énergétique		1	1	2	1	1	3	3	1	3	3	3	3

Besoins													
Besoins primaires : RH / Entretien / Développement - INV / Promotion / Distribution		3	3	1	1	2	2	3	3	1	2	1	1
Besoins supports : OT / Marketing / Signalétique / Animation / Coordination acteurs		3	3	3	1	1	3	2	3	1	2	3	1
Travaux		-2	-3	0	-1	-3	-1	-1	-1	0	0	0	0

AVIS DE POTENTIALITES													
Source : DiaThemis		72	70	60	51	53	56	47	55	50	48	48	39
		Gargas / Nespioria	Nistos	O Cybelles	Maison des sources	Chalets Ste Nérée	Château de Bramevaque	Site protohistorique de Montsérié	Port de Balès	Plans d'eau SLN / Montégut	Plan d'eau Aventignan	Plan d'eau Loures Barousse	Plan d'eau Saléchan

A notre sens **trois catégories de sites** apparaissent :

- **7 sites** retenus comme ayant un **fort potentiel** (cellules blanches),
- **2 sites** qui ne présentent **pas de potentiel si l'objectif est de poursuivre leur activité actuelle**, mais qui ont un potentiel dans l'hypothèse d'une révision complète (cellule entourées en pointillé bleu),
- **3 sites** non retenus car apparaissant **à faible potentiel** (cellules bleues).

DiaThemis – Maître Christian Gosseume – Juin 2024

Selon notre expertise, il ressort de cette analyse les éléments suivants :

7 sites présentent un potentiel court / moyen terme :

- **Gargas / Nesploria**, tête de pont du territoire en terme d'équipements, de capacité, d'image, de densité de la chaîne de valeur ... qui va faire l'objet d'une étude de faisabilité spécifique conduite par la CCNB,
- **Nistos**, spot de montagne multi-saisonnier, intégrant activités – restauration – hébergement, dont la configuration va faire l'objet d'une étude de faisabilité, conduite par la CCNB, visant à définir un positionnement futur renforçant attractivité et liens avec les autres composantes d'accueil du territoire,
- Les **O' Cybelles**, un équipement baignade nature original, écologique, près d'une urbanité importante du territoire, un lieu de polarisation en période estivale,
- Le **château de Bramevaque**, dont le patrimoine, la typicité, l'emplacement, le lien au village, le belvédère proposé, la signalétique et dont les quelques services nécessaires à un parcours visiteurs peuvent être mis en œuvre aisément,
- Le **port de Balès**, lieu emblématique, site naturel d'altitude, site pastoral, mais aussi col utilisé pour le tour de France, un site qui présente une forte image,
- Le **plan d'eau d'Aventignan**, un plan d'eau et un environnement soft/intime, avec des activités libres et des activités nautiques organisées, un gîte communal, un lieu de sérénité / détente aux portes de Montréjeau,
- Le **plan d'eau de Loures Barousse**, un espace nature, en vallée de Garonne, tout près du village, une urbanité déjà bien équipée, un site déjà aménagé pour partie.

Rappel : Le classement qui en résulte ne doit pas être imaginé comme un tri des « bons » et des « mauvais » sites, mais comme l'expression de priorités à court / moyen terme, dans l'ensemble du panel de site étudié.

2 sites ne présentent pas un potentiel court / moyen terme si l'objectif est de poursuivre leur activité actuelle

- La **Maison des sources**, structure qui n'est pas aujourd'hui un véritable produit touristique adossé à une large chaîne de valeur et dont le positionnement général doit être revu pour insuffler un nouvel élan. Le site indoor / outdoor, la configuration des lieux, le foncier disponible, la contiguïté avec le parc et la proximité du village site inscrit de Mauléon Barousse doivent être les ressorts d'un nouveau projet raisonné.

En conséquence, il serait être utile d'envisager une étude d'opportunité et de faisabilité pour préfigurer un futur programme.

Actuellement un avis de potentialité conditionnel en l'attente d'un projet – programme.

- Les **chalets de Sainte Nérée**, dont la faible synergie avec d'autres équipements d'accueil, le niveau d'offre, le procédé constructif et la performance énergétique doivent être largement revus, avant d'envisager quoique ce soit. Le site indoor / outdoor, la configuration des lieux, le foncier disponible, la capacité d'accueil, la contiguïté traversante avec la rivière l'Ourse, l'organisation parcellaire sur les deux rives doivent être les ressorts d'un nouveau projet raisonné.

En conséquence, il serait utile d'envisager une étude d'opportunité et de faisabilité pour préfigurer un futur programme.

Actuellement un avis de potentialité conditionnel en l'attente d'un projet – programme.

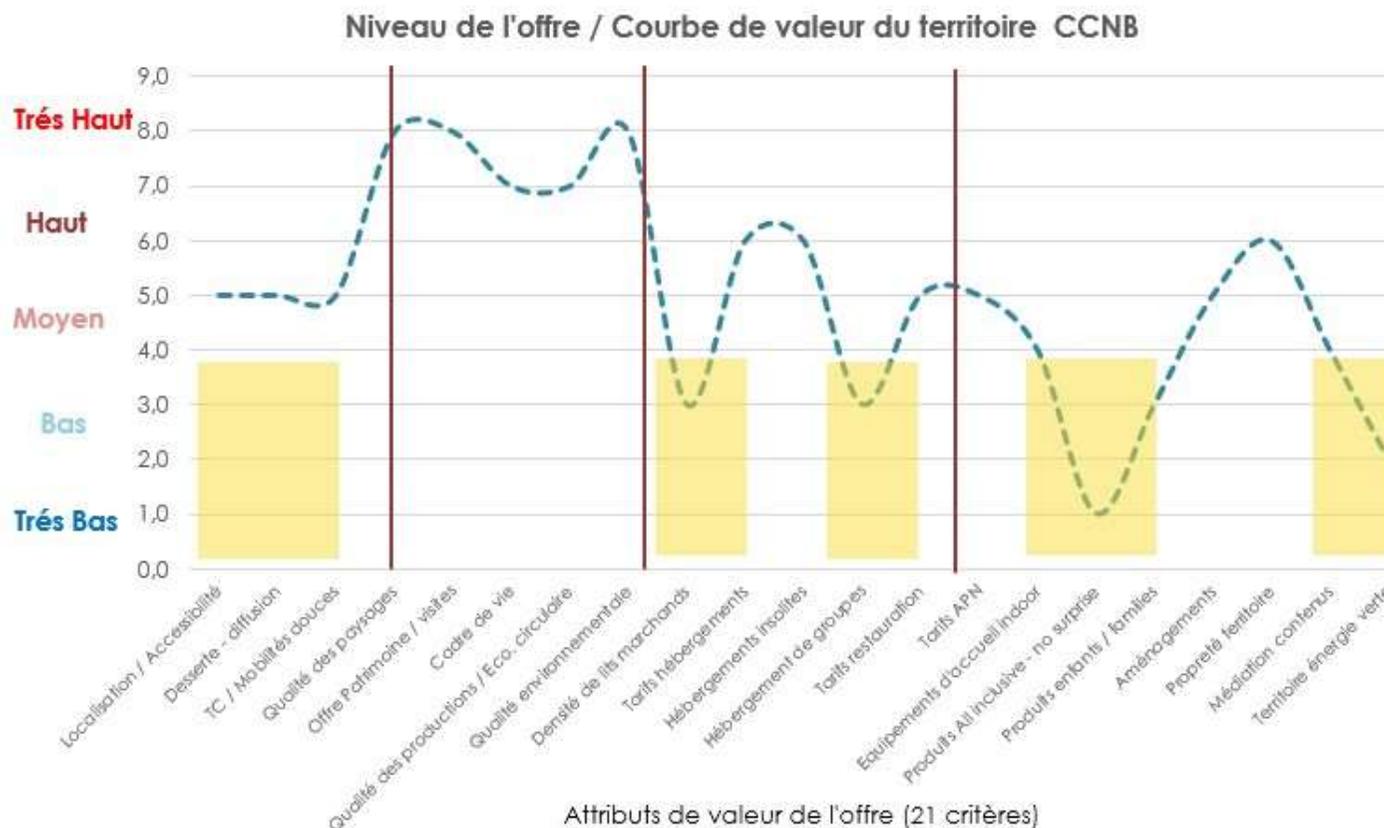
3 sites ne présentent de potentiel

- Le **site protohistorique de Montsérié**, dont l'accessibilité, le schéma signalétique et ce qui est donné à voir positionnent ce site vers un public d'adultes spécialistes, en l'état des lieux, de leur desserte/accessibilité, de l'état de conservation des vestiges / collections et de l'absence d'un plan d'interprétation in situ et de tout autre forme de vulgarisation de ce qui est présent,
- Les **deux plans d'eaux de Saint Laurent de Neste / Montégut**, exploités partiellement actuellement par un carrier, dont la configuration, l'intérêt et l'accessibilité les confèrent à une activité de pêche, visite libre et de régulation physique des eaux de la Neste, y compris en période de crues,
- Le **plan d'eau de Saléchan**, plan d'eau exploité actuellement par un carrier, d'une accessibilité et d'une sécurité limitée et dont le patrimoine représenté par le lac Est ne présente pas de typicités importantes, par ailleurs des travaux de dépollution et d'amélioration seraient à prévoir.

Rappel : Le classement qui en résulte ne doit pas être imaginé comme un tri des « bons » et des « mauvais » sites, mais comme l'expression de priorités à court / moyen terme, dans l'ensemble du panel de site étudié.

3. Synthèse de potentialités / Analyse FFOM

1. La courbe de valeur de l'offre touristique



Les 21 attributs de valeur testés

	Attributs de valeur
1	Localisation / Accessibilité
2	Desserte - diffusion
3	TC / Mobilités douces
4	Qualité des paysages
5	Offre Patrimoine / visites
6	Cadre de vie
7	Qualité des productions / Eco. circulaire
8	Qualité environnementale
9	Densité de lits marchands
10	Tarifs hébergements
11	Hébergements insolites
12	Hébergement de groupes
13	Tarifs restauration
14	Tarifs APN
15	Equipements d'accueil indoor
16	Produits All inclusive - no surprise
17	Produits enfants / familles
18	Aménagements
19	Propreté territoire
20	Médiation contenus
21	Territoire énergie verte

Sur l'axe horizontal, **l'axe des x**, nous listons ce qui est appelé les "**attributs de valeur**", c'est-à-dire les critères que les clients utilisent pour choisir une offre touristique. Nous avons ici listé 21 critères.

L'axe des y mesure à quel niveau chaque attribut de valeur est offert par une catégorie particulière du territoire. Il est aussi appelé "**le niveau de l'offre**". Si le niveau est élevé, le client est heureux, s'il est faible, le client n'est pas satisfait.

DiaThemis – Maître Christian Gosseaume – Juin 2024

On note une courbe de valeur qui présente **des creux dans plusieurs compartiments touristiques de l'offre** :

- **Accessibilité au territoire**, qui théoriquement n'est pas mauvaise mais qui est en fait organisée comme un interstice entre deux vallées densément irriguées : Aure et Garonne / Luchon,
- **Hébergements marchands** (capacité d'accueil touristique 25 lits marchands /100 habitants et faiblesse des hébergements de groupe),
- **Equipements indoor** (présence et effectif de 2 structures Gargas / Nesploria et la maison des sources),
- **Produits touristiques** (tout compris),
- **Médiation des contenus** (peu d'équipements avec une médiation hormis Gargas / Nesploria et la maison des sources),
- **Economie circulaire ou énergie verte** (faiblesse de la présence de bornes de rechargement).

Ces «gaps » sont suffisamment développés et compartimentés aujourd'hui pour **gêner le développement d'une économie durable du tourisme**, adaptée aux clientèles.

4.3.2 La proposition de valeur de l'offre touristique locale

Evaluation de la **proposition de valeur monétisable** que présente le territoire à partir d'une synthèse analytique combinant notre expertise, les entretiens et les ateliers.

Produits	Des produits touristiques (hors visites) à renforcer , actuellement, une force de vente publique qui croit progressivement, mais des produits encore insuffisamment intégrés (secs ou semi secs ²⁴), à accompagner pour développer davantage de contenus et de valeur.
Services	Des services de base de niveaux disparates (hébergement, restauration), une chaîne de valeur manquant de services touristiques (mobilités...)
Prix	Une offre souvent calée sur des niches. Des niveaux tarifaires assez variés (tous types d'offres confondues ²⁵), mais également des offres qualifiées / adaptées qui créent un écart type des prix parfois marqué... avec une « promesse qualité » qui n'est pas toujours facilement explicable.
Clients	Une clientèle plutôt fidèle mais quantitativement faible, opportuniste (proximité – tarifs), qui semble demander progressivement plus d'offres en matière d'accueil, d'itinérance, de mise en scène et d'interprétation de l'offre.

Une proposition de valeur aujourd'hui essentiellement basée sur des valeurs faiblement monétisables (espaces naturels, milieux, forêt, muséographie...) couplée à un autre pan d'activité (APN) plus à même de développer une économie marchande.

Cette situation est héritée d'un territoire à **dominante patrimoniale**, où la conscience tourisme²⁶ fait calmement son chemin et n'a pas irrigué l'ensemble des composantes spatiales.

Si l'on veut demain développer une activité touristique dans le territoire, il faudra **porter un niveau d'ambition plus élevé** que celui qui semble aujourd'hui apparaître en regard des potentiels actuels, essentiellement basés sur les patrimoines naturels et historiques, qui ne peuvent permettre, à eux seuls, de développer une économie marchande.

²⁴ Sec : 1 seule prestation (activité/visite ou restauration ou hébergement), semi sec (2 prestations sur 3).

²⁵ Hébergements, restaurations, activités.

²⁶ Au sens économique du terme, en lien avec la loi NOTRe du 07/08/2015.

En résumé

Des potentialités touristiques qui doivent émerger :

- Des **sites naturels - patrimoniaux** essentiellement non marchands,
- **Des sites touristiques**, marchands,
- Des sites à activités **indoor ou outdoor**,
- Des sites présents **dans les deux vallées du territoire.**

... à partir de la configuration des lieux, du positionnement marketing défendu, de la proposition de valeur, de l'adaptation aux tendances actuelles (éco-responsabilité, DD ...) et de la résorption de carences d'offres.

Une hiérarchisation de sites à fort potentiel :

7 sites présentent un potentiel court / moyen terme :

- **Gargas / Nesploria,**
- **Station de Nistos,**
- **Les O' Cybelles,**
- **Le château de Bramevaque,**
- **Le port de Balès,**
- **Le plan d'eau d'Aventignan,**
- **Le plan d'eau de Loures Barousse.**

2 sites demandent à être investigués pour pouvoir formuler un avis de potentialité :

- La **Maison des sources,**
- Les **chalets de Sainte Nérée.**

3 sites ne présentent pas un potentiel court / moyen terme :

- Le **site protohistorique de Montsérié,**
- Les **deux plans d'eaux de Saint Laurent de Neste / Montégut,**
- Le **plan d'eau de Saléchan.**

4.3.3 Analyse FFOM

Synthèse des **Forces Faiblesses Opportunités Menaces** (territoire et OTI) à partir d'une combinaison de notre expertise et de la concertation
 Identification des **avantages concurrentiels** du territoire, en termes de sites et activités à pratiquer en fonction de la **proposition de valeur que présente le territoire** auprès des publics et en tenant compte des tendances récentes des attentes des clientèles / marchés.

FORCES	FAIBLESSES
Patrimoines naturels : montagnes, forêts, rivières, chemins/sentiers de randonnées, paysages.	Faible croissance démographique pour tirer l'offre d'équipements et de services favorables au développement touristique.
Une richesse environnementale favorable au développement des activités de sports-loisirs/APN : un potentiel touristique important.	Jeunesse du territoire et esprit communautaire à construire et à renforcer.
Patrimoines historiques : Grotte, châteaux, monastère /église, oppidum....	Deux visions du tourisme : une vision patrimoniale et une vision de développement et un manque d'équipements d'accueil indoor.
Une proximité de bassins de vie importants à moins de deux heures, intégrant l'agglomération toulousaine.	Capacités d'accueil et diversités des lits marchands.
Une agriculture sous signe de qualité : effort de valorisation des productions locales, diversification d'activités.	Restauration pas suffisamment diversifiée entre le gastronomique existant et la restauration classique ou traditionnelle.
Des marchés, foires et évènementiels qui attirent.	Saisonnalité : une activité neige très réduite mais une certaine compensation en élargissement des ailes de saison : printemps, automne.
Diversité des activités sportives et APN : VTT / fat bike, spéléologie, escalade, sport nautique, équestre, parapente...	Manque de visibilité du potentiel touristique et de loisirs et synergies insuffisamment développées avec les territoires proches.
Quelques spots identificateurs : Grotte de Gargas / MH, sites Inscrits patrimoniaux, Nistos et la présence d'hébergements diversifiés.	Accessibilité, mobilité et interconnexions : dépendance à la voiture, population et touristes ne pouvant pas actuellement avoir une offre ferroviaire, faiblesse/absence de transports en commun.
Disposer de pléthores d'acteurs privés et publics disposés à s'investir.	Un manque de notoriété et une absence actuelle de véritable stratégie touristique.

OPPORTUNITES	MENACES
Développer un modèle de développement «résident» attractif et un modèle touristique en association avec les potentiels d'autres territoires.	Ne pas parvenir à développer des synergies touristiques gagnant – gagnant avec d'autres territoires.
S'entendre avec les EPCI « voisins » pour construire une destination élargie, maillée et complémentaire dans son offre, peut être ici plus «slow» , moins intense plus propice à la (re)découverte.	Décourager les investisseurs ayant perçu/qualifié un potentiel économique adossé à un marché, une clientèle proche : Toulouse, Tarbes, Bordeaux. voire agglomération espagnoles proches.
Le Schéma de Développement Touristique et une volonté politique de développer une approche stratégique du tourisme.	Tourisme et acceptation sociale locale au tourisme.
Associer les socio-professionnels à la politique économique touristique : les solliciter et les écouter. simplifier et clarifier l'organisation de la compétence promotion du tourisme en associant les socio-professionnels à la réflexion/construction, et à la décision.	La faible offre foncière et le marché du logement et des locaux qui peut en résulter : spéculation économique et immobilière et son influence sur de nouveaux candidats à l'installation.
Inciter et accompagner le développement des APN outdoor (randonnées, sports / loisirs ...) afin de «rajeunir», dynamiser l'attractivité de loisirs.	Contraction des dépenses des ménages sous l'effet de la crise et modifications substantielles de la façon de consommer (mobilités, alimentaire, loisirs, tourisme...) alors que le territoire est organisé généralement sur des offres de niche (à tarif moyens à élevés)
Les hébergements et lits existants , le développement de la Taxe de séjour , un potentiel touristique à valoriser.	Faibles moyens budgétaires de l'EPCI : l'ambition sera à adapter aux moyens mobilisables.
Profiter à créer des «rabattements de clientèles» à partir de la notoriété de pôles proches : vallée de Luchon, vallée d' Aure, sites de Saint Bertrand de Comminges et Saint Just de Valcabrière.	Se cantonner à un développement touristique dépendant par ruissellement des spots / territoires proches extérieurs au périmètre communautaire, sans vouloir développer et investir dans et pour l'existant à court terme.
Le développement de la commercialisation active (entre prestataires, avec l'OT NB, entre OTs) pour peu qu'elle soit orientée vers d'une demande / d'attentes des publics et basée sur une démarche marketing.	Ne pas observer et répondre aux attentes et besoins des clientèles au risque de ne pas cibler.
Développer, affirmer et fidéliser la clientèle famille , tout en développant les clientèles via les réseaux sociaux portant sur les notions de calme/nature/ressourcement... sans être loin de l'urbain, d'autres destinations environnantes attractives : Aure, Tarbes, Toulouse.	Une culture numérique des acteurs privés encore faible qui peut endiguer l'efficacité de la communication sur le web.
Coordonner et associer les socio-professionnels dans l'élaboration et la mise en marché de prestations de services touristiques et qualifier/étoffer une boutique d'OT.	Un manque de structuration / professionnalisation des acteurs, de connexion/cohésion entre les acteurs du territoire : une offre diffuse, à terme pouvant être peu perceptible/lisible.
Un «historique» à mettre en valeur/tourisme , sur le terrain avec de la signalétique interprétative pertinente en relation avec les lieux, entités ou personnalités qualifiées... pour une transmission des acquis aux touristes/publics.	La survenance de menaces environnementales / climatologiques : manque d'eau, sécheresses, forêt, agriculture, sols, risque feu accentué ...

4.3.4 Les conclusions du diagnostic



4.3.5 Ebauches de scénarii de développement

La présentation du seul diagnostic étant en général insuffisamment mobilisatrice, nous ébauchons dans cette partie les contours de futurs scénarii de développement possibles pour le territoire sur la base d'**enjeux de développement** afin de pouvoir :

- Identifier de futures orientations stratégiques,
- Commencer à préfigurer de futures actions possibles.

Plusieurs enjeux apparaissent, **tant pour le territoire CCNB que pour l'OTNB** :

- Développer **l'attractivité** (résidente ET touristique) du territoire sur ses bassins de proximité,
- **Intensifier les retombées économiques** du tourisme, via le développement d'activités davantage touristique (loisirs ET tourisme),
- Formaliser et mettre en œuvre des **partenariats innovants et pourvoyeurs d'attractivité**, avec les territoires de proximité, notamment autour d'**actions de visibilité** (promotion / communication) **à une échelle efficace**,
- Augmenter la **qualité** des prestations et la **formation** des prestataires pour avoir des propositions de valeurs plus rémunératrices et adaptées aux clientèles.

En fait définir ce que le territoire veut être en matière de tourisme, simplifier le catalogue d'offre pour le rendre visible et plus typé, augmenter la qualité des produits (marketing de contenu, transmission d'expérience, valorisation des prestations) et la communication qui doit en découler, pour davantage de notoriété... et davantage de clients.

Scénario 1 : Espace loisirs – «cour de récréation » des urbains proches

Chaland : résidents (bassin à 2 - 3 heures maxi) : agglomération toulousaine, Montauban, Gaillac, Auch, Mont de Marsan, Orthez, Pau, Tarbes, Lourdes, Bagnères de Bigorre, Luchon).

Saisonnalité : moyenne/longue, Janvier à Octobre (10 mois).

Durée Moyenne de Séjour : court séjour.

Positionnement : loisirs soft – détente – détox.

Enjeux : une économie «élargie » avec une offre à densifier.

Avantages	Inconvénients
<p>Facilité de mise en œuvre sur la base des fondamentaux locaux et d'une offre loisirs.</p> <p>Chaland de proximité disponible à 2 heures : 2,5 millions d'habitants.</p> <p>Combinaison des ressources locales relativement facile à mettre en œuvre.</p>	<p>Basé sur un choix par défaut des clientèles (proximité – tarifs).</p> <p>Sensibilité à la météo car intensité des pratiques outdoor.</p> <p>Le territoire se positionne comme une destination loisirs / tourisme, ce qui n'est pas encore avéré à ce jour.</p>

Scénario 2 : Spot Culture - Sports - Evènementiels

Chaland : résidents (bassin régional à 2 - 3 heures) + clientèle française/étrangère transitaire.

Saisonnalité : moyenne/longue, Janvier à Octobre (10 mois).

Durée Moyenne de Séjour : court séjour.

Positionnement : Culture - Sports - Evènementiels, (à développer en partenariat avec plusieurs territoires).

Enjeux : une économie touristique suivant des activités annualisées et une programmation de saison.

Avantages	Inconvénients
<p>Chaland large (proximité – séjour - transit)</p> <p>Positionnement touristique innovant et large.</p> <p>Effet d’image important, effets directs et indirects, effet sur le caractère local / localisé de l’offre.</p>	<p>Nécessite l’organisation d’une saisonnalité longue sur ce positionnement et le territoire n’est pas encore une destination.</p> <p>Nécessite des moyens significatifs : humains, techniques et budgétaires.</p> <p>Tourisme par «à coups » qui peut poser des problèmes de gestion des flux.</p>

5 ANNEXES

1. Annexe 1 - Délibération DE 033 2020 bis du 28 juillet 2020 / Régie OT - Modification des tarifs et modalités de ventes

Vu la délibération DE 033 2020 bis du 28 juillet 2020, portant délégation de pouvoir du Conseil Communautaire au Bureau, de créer ou de modifier sur les régies comptables nécessaires au fonctionnement des services de la Communauté de Communes et de fixer et modifier les tarifs relatifs aux prestations, services et produits des régies intercommunales.

Le Président rappelle que selon la délibération du vendredi 3 mars 2017, l'assemblée communautaire a délibéré pour la création d'une régie de recettes pour l'office de tourisme.

Le Président propose :

- De vendre les produits et services suivants via la régie de l'office de tourisme :

Prestation activités : visites sites culturels et naturels, visites producteurs locaux, activités eaux vives, activités de plein-air, activités neige, ateliers...
Prestation restauration (repas, pique-nique, dégustations...)
Prestations hébergements
Prestations transports
Location VTT
Location court tennis Saint-Laurent-de-Neste
Permis de pêche fédération et association de pêche
Billetterie événements
Emplacement marché
Boissons lors d'événements
Fiches randonnées
Carte de pêche lac Loures Barousse
Produits boutique : produits artisanaux, livres, bérets, cartes postales et marque-pages, ardoises, cuissards cyclistes, bandanas, objets publicitaires divers, vêtements divers...
Emplacements stand lors d'évènement (marché de Noël, salons, foires...)

- D'appliquer les tarifs ci-dessous pour les produits et services vendus directement sans recours à un fournisseur ou prestataire via la régie de l'office de tourisme :

Produits	Prix
Fiches randonnées	0,50 €
Cartes randonnées	3 €
Location VTT individuel journée	45 €
Location VTT individuel 1/2 journée	30 €
Location VTT groupe journée	40 €
Location VTT groupe 1/2 journée	25 €
Visites ludiques patrimoine	10 €
Emplacement stand évènement	5 €
Visite guidée patrimoine local	150 €
Visite guidée ludique • minimum 15 participants	10€

- D'appliquer les marges ci-dessous sur chaque type de produits et prestations achetés à un fournisseur et revendus via la régie de l'office de tourisme

MARGE DE L'OFFICE DE TOURISME*

Produits et services	Marge
Prestation activités : visites sites culturels et naturels, visites producteurs locaux, activités eaux vives, activités de plein-air, activités neige, ateliers...	12%
Prestation restauration (repas, pique-nique, dégustations...)	10%
Prestations hébergements	15%
Prestations transports	5%
Location court tennis Saint-Laurent-de-Neste	5%
Prestations services touristiques par les régies de la CCNB (Gargas, Nistos, Ocybelles)	0%
Permis de pêche fédérations et associations de pêche	1%
Billetterie événements	1%
Carte de pêche lac Loures Barousse	5 %
Produits boutique : produits artisanaux, livres, bérets, ardoises, cuissards cyclistes, objets publicitaires divers, vêtements divers...	30%
Bandanas	15%
Cartes Postales et marques pages	100%
Boissons locales (bières artisanales)	42%

*les prix sont arrondis au dixième le plus élevé.

5.2 Annexe 2 – Capacité d'accueil touristique marchande du territoire

Selon INSE au 01/01/2024

Type	Lits
Hôtel de tourisme	30
Camping NC	144
Camping 1 et 2 étoiles	153
Résidence de tourisme	52
Auberges collectives	110
Meublé de tourisme NC	699
Chambre d'hôtes	164
Village de vacances NC	140
TOTAL	1 492

(NC = Non Classé)

Selon listing des hébergements OTI NB 2022

Type	Lits
Hôtel de tourisme	20
Camping	128
Meublé de tourisme	857
Chambre d'hôtes	164
Village de vacances	274
Collectifs	323
TOTAL	1 766

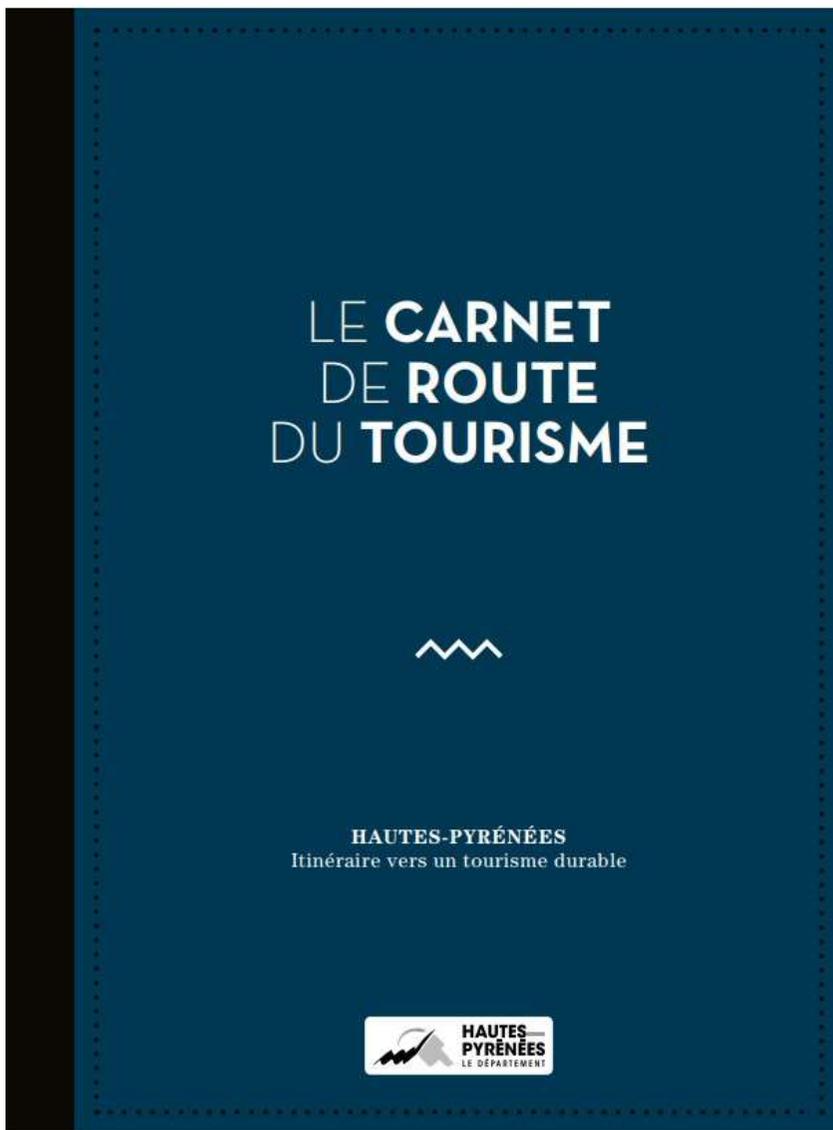
Selon hébergements actifs OTI NB par nature 2022

Type	Lits
Hôtel de tourisme	20
Camping	128
Résidence de tourisme	0
Meublé de tourisme	862
Chambre d'hôtes	148
Village de vacances	274
Collectifs	323
TOTAL	1 755

5.3 Annexe 3 – Codes d'activité du tourisme

NAF,C,7 NAF2,C,6 TYPE,C,60			LIB,C,75
49.39C	4939C	Activites caracteristiques du tourisme	Téléphériques et remontées mécaniques
55.10Z	5510Z	Activites caracteristiques du tourisme	Hôtels et hébergement similaire
55.20Z	5520Z	Activites caracteristiques du tourisme	Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée
55.30Z	5530Z	Activites caracteristiques du tourisme	Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs
56.10A	5610A	Activites caracteristiques du tourisme	Restauration traditionnelle
56.10B	5610B	Activites caracteristiques du tourisme	Cafétérias et autres libres-services
56.10C	5610C	Activites caracteristiques du tourisme	Restauration de type rapide
56.29B	5629B	Activites caracteristiques du tourisme	Autres services de restauration
56.30Z	5630Z	Activites caracteristiques du tourisme	Débits de boissons
79.11Z	7911Z	Activites caracteristiques du tourisme	Activités des agences de voyage
79.12Z	7912Z	Activites caracteristiques du tourisme	Activités des voyagistes
79.90Z	7990Z	Activites caracteristiques du tourisme	Autres services de réservation et activités connexes
96.04Z	9604Z	Activites caracteristiques du tourisme	Entretien corporel
49.39B	4939B	Activites fortement touristiques	Autres transports routiers de voyageurs
91.02Z	9102Z	Activites fortement touristiques	Gestion des musées
91.03Z	9103Z	Activites fortement touristiques	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristique
91.04Z	9104Z	Activites fortement touristiques	Gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles
93.29Z	9329Z	Activites fortement touristiques	Autres activités récréatives et de loisirs
49.10Z	4910Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Transport ferroviaire interurbain de voyageurs
49.39A	4939A	Autres activites pour partie liees au tourisme	Transports routiers réguliers de voyageurs
50.10Z	5010Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Transports maritimes et côtiers de passagers
50.30Z	5030Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Transports fluviaux de passagers
51.10Z	5110Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Transports aériens de passagers
52.21Z	5221Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Services auxiliaires des transports terrestres
52.23Z	5223Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Services auxiliaires des transports aériens
77.11A	7711A	Autres activites pour partie liees au tourisme	Location de courte durée de voitures et de véhicules automobile
82.30Z	8230Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Organisation de foires, salons professionnels et congrès
85.51Z	8551Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs
90.01Z	9001Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Arts du spectacle vivant
92.00Z	9200Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Organisation de jeux de hasard et d'argent
93.12Z	9312Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Activités de clubs de sports
93.19Z	9319Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Autres activités liées au sport
93.21Z	9321Z	Autres activites pour partie liees au tourisme	Activités des parcs d'attractions et parcs à themes

5.4 Annexe 4 – Schémas du tourisme et des loisirs supra
SDTL Hautes Pyrénées

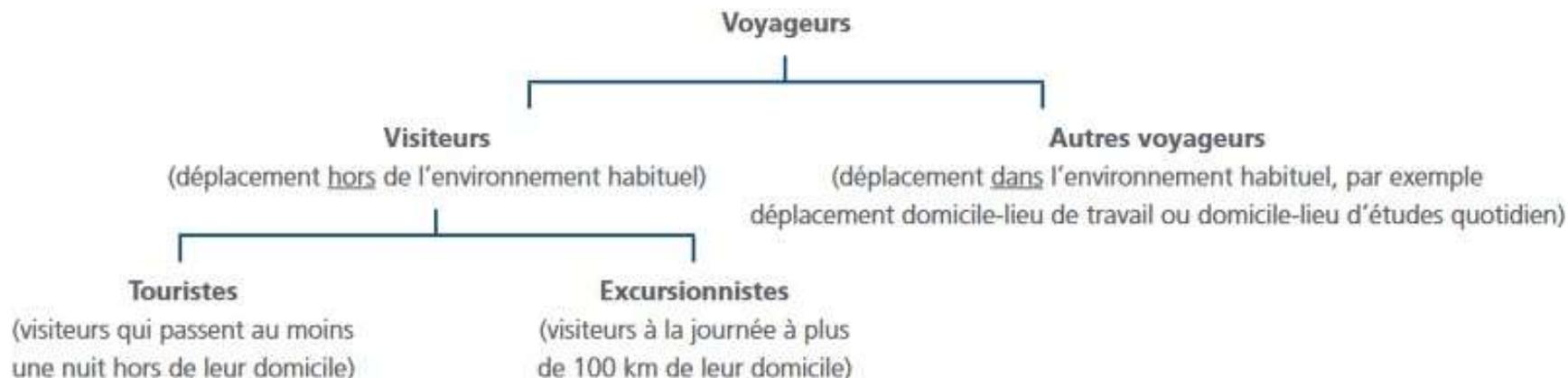


SDTL Région Occitanie



5.5 Annexe 5 – Définitions tourisme et touriste

Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et aut res motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité.



Les motifs de déplacement des visiteurs sont les suivants :

Motifs personnels :

- 1 – Loisirs, détente et vacances.
- 2 – Visites à des parents et amis.
- 3 – Santé (thermalisme, thalassothérapie...).
- 4 – Autres motifs personnels (pèlerinages, manifestations sportives, voyages scolaires, etc.).

Motifs professionnels :

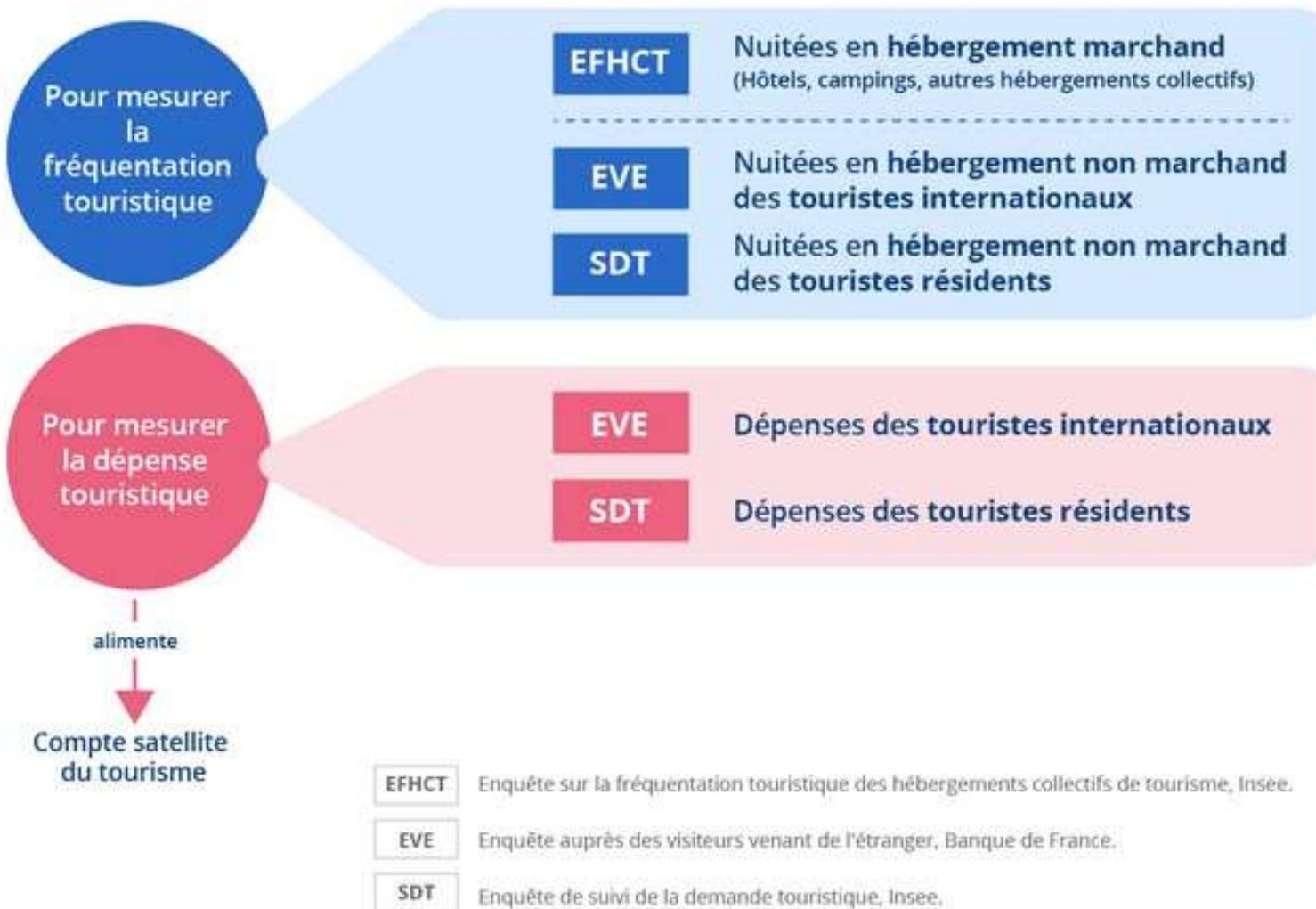
- 5 – Affaires.
- 6 – Missions ou réunions diverses.

Les vacances sont définies par des voyages pour motifs personnels d'au moins quatre nuitées (et moins d'un an).

Source : ONT / OMT

5.6 Annexe 6 – Mesurer le tourisme selon l'INSEE

Sources mobilisées pour mesurer le tourisme



5.7 Annexe 7 - BIT physique et dépenses potentielles engagées

CHARGES IMMOBILIERES / MOBILIERES DEPENDANTES DU SADI

Dépenses d'investissements	Imputation	Nature	Porteur
Constructions	213xxxxx	Investissements divers / gros travaux et équipements	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)
Autres immobilisations corporelles	218xxxxx	Matériel de bureau et matériel informatique	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)
Autres immobilisations corporelles	218xxxxx	Mobilier	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)
Autres immobilisations corporelles	218xxxxx	Flotte / Matériel de transport	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)

Dépenses de fonctionnement	Imputation	Nature	Porteur	Type de charge d'exploitation
Autres achats et charges externes	606xxxxx	Energie	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	606xxxxx	Fluides	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	606xxxxx	Carburants (si flotte)	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	606xxxxx	Fournitures consommables administratif	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	606xxxxx	Equipements médicaux	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	613xxxxx	Locations immobilières	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	613xxxxx	Locations d'équipements	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	613xxxxx	Locations mobilières (dont informatique et leasing)	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	615xxxxx	Entretien divers	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	616xxxxx	Honoraires assurances	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	623xxxxx	Signalétique physique	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	623xxxxx	Signalétique digitale	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	625xxxxx	Déplacements	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	626xxxxx	Lignes téléphoniques + réseaux	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	626xxxxx	Abonnement numérique (box - connectique - player/DD)	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	626xxxxx	Informatique (softs)	OT	Charge variable
Autres achats et charges externes	626xxxxx	Wifi territorial	OT	Charge fixe
Autres achats et charges externes	628xxxxx	Enlèvement OM	OT	Charge variable
Fiscal	635xxxxx	CFE	OT	Charge fixe
Fiscal	635xxxxx	Taxe sur véhicules de sociétés (si flotte)	OT	Charge variable
Fiscal	635xxxxx	TF	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)	Charge fixe
Fiscal	635xxxxx	TH (sous conditions, article 1407 I 2° du CGI)	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)	Charge fixe
Social / Salaires et traitements bruts	641xxxxx	Déplacements IK	OT	Charge variable
Dotations aux amortissements	681xxxxx	Dotations aux amortissements	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)	Charge fixe
Charges financières liées aux investissements immobiliers	661xxxxx	Intérêts des emprunts et avances	EPCI pour compte ou pour compte d'autrui (communes)	Charge variable

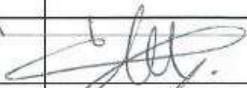
Sources : DiaThemis

5.8 Annexe 8 – Participants aux ateliers de travail du 07/06/2024

Atelier « les enjeux et la stratégie touristique »
Vendredi 07 Juin à 10h à Sarp

NOM - Prénom	Structure	Tel Email	Signature
BARRERE Sozen-Alexis	Mairie ST Laurent	Jean-claude barriere 57 @w242doo.fr	
DACHADO CINDY	Ecuries d' Elendil St Laurent	ecuries.elendil@gmail.com 06 15 12 6585	
PURAN André	Mairie St-Nicolas de Barousse		
SAZISANA Joëlle	Epave de J. de la G. d'Antégar	joelle@w242doo.fr	
LOUSTAU Pascal	Mairie de Saléchan	saléchan-mairie@orange.fr	
SAVAZZI Sylvain	Mairie CAZARILH		
PERAZZI Pascal	CD 65 Teyssou	pascal.perazzi@teyssou.fr	
FORASTÉ Robert	Mairie de SARP	Commune de Sarp (Jury), Fr	
GRILLIARD Charlotte	Cabanes de Pyrené	contact@cabanesdepyrene.com	
Elodie Alex Maxime			
MEILAN Claire - Rémi	PEIRA Pays des Aulettes	avenir.montagnes@paysdesaulettes.fr	

Atelier « les enjeux et la stratégie touristique »
Vendredi 07 Juin à 10h à Sarp

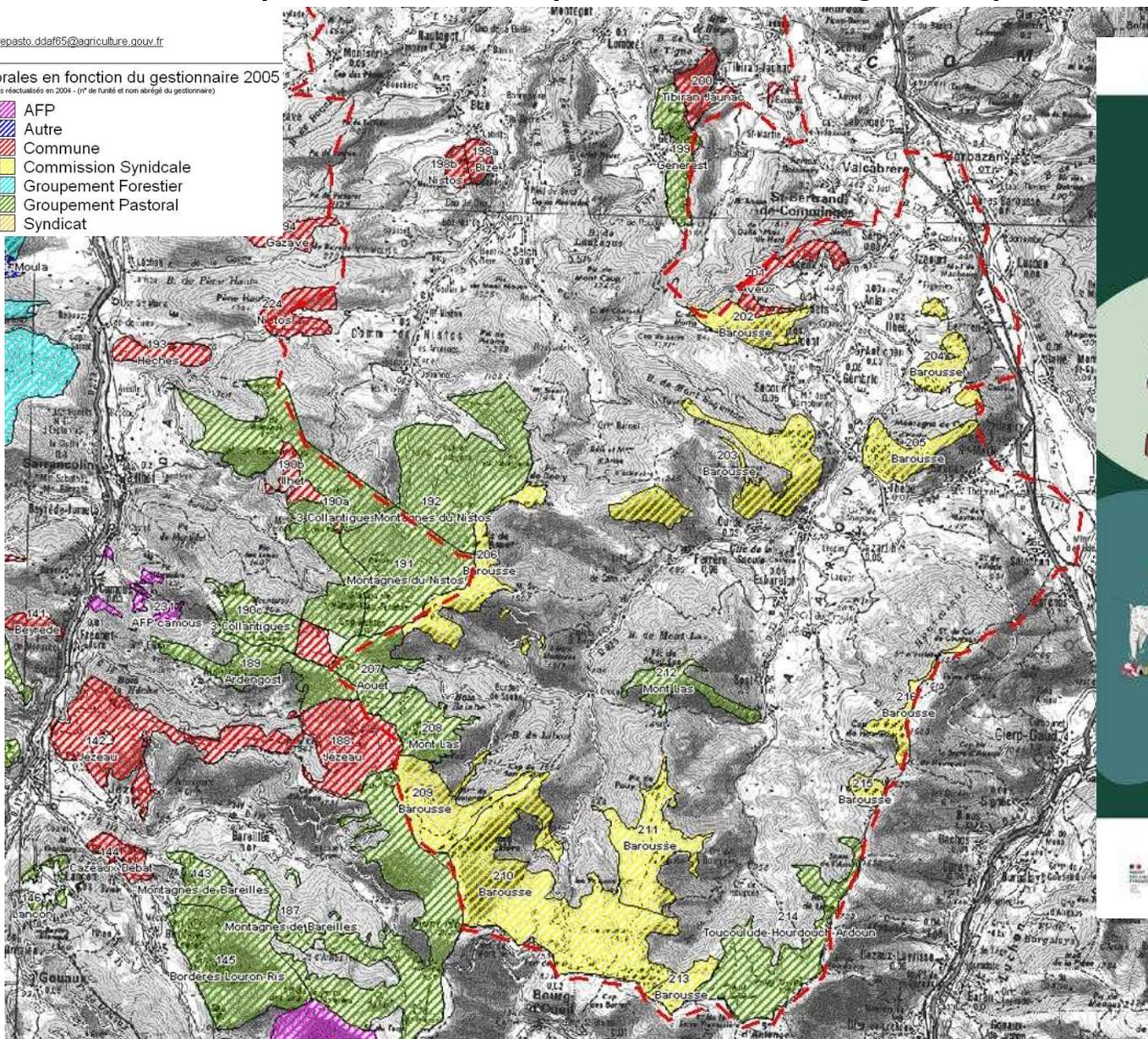
Non Prénom	Structure	Mail	Signature
Brak PERRAUD	CDL / Rapon	l.pascal.perraud@laposte.fr	
LOUSTAU Pascal	Mairie de Salscha	mairie.salscha@orange.fr	
Alice Noëlle Elise, Harepat.			
BARON GILIE	LA BRÈCHE CERAMIQUE	LABRECHECERAMIQUE@GMAIL.COM	
Sophie de Castelbajac	Camping Le Reval		
Nathalie DRIGE	Gîte "L'Escoufle" à SIRADAN		
Corinne Erman	Yoga - Sonothérapie.	jasmui11@laposte.net	
ROUSSEAU Bruno	Bureau montagne de NESTE		
Bougie Geoffroy	Comité Dep Tourisme Equite 34		

5.9 Annexe 9 – Unités pastorales locales et la question des conflits d’usage avec le pastoralisme



Unités pastorales en fonction du gestionnaire 2005
Contours réactualisés en 2004 - (n° de l'unité et nom abrégé du gestionnaire)

- AFP
- Autre
- Commune
- Commission Syndicale
- Groupeement Forestier
- Groupeement Pastoral
- Syndicat



BIENVENUE EN ESTIVE

MERCI

de respecter mon chez moi !
Ma cabane n'est pas sur PIRENNE.

de garder vos distances !
On n'est pas d'humour.

de tenir vos chiens en laisse !
Vachement dur d'être délaissé.

de ramener vos déchets !
Les services de collecte ne passent pas chez nous...
Chez vous, Gail!

de fermer les barrières !
Quand la vache broute chez lui, le bergercien rumbe.

PARTAGEONS LES PYRÉNÉES

Source : CRPGE65



DiaThemis – Maître Christian Gosseaume – Juin 2024

Ce rapport a été rédigé par ...

DiaThemis / Développement des territoires et des activités

Alain CHOMEL Tél : +33 (0)6 79 44 45 49; Email : direction@diathemis.fr

Bureau d'études : 35 rue Jean Baptiste Charcot, 11000 Carcassonne (France)



Christian GOSSEAUME - Avocat

Tél : +33 (0)6 83 62 30 37 ; Email : gosseaume.avocat@gmail.com

11 ter Rue Surcouf, 35000 Rennes (France)

Maître
Christian Gosseaume