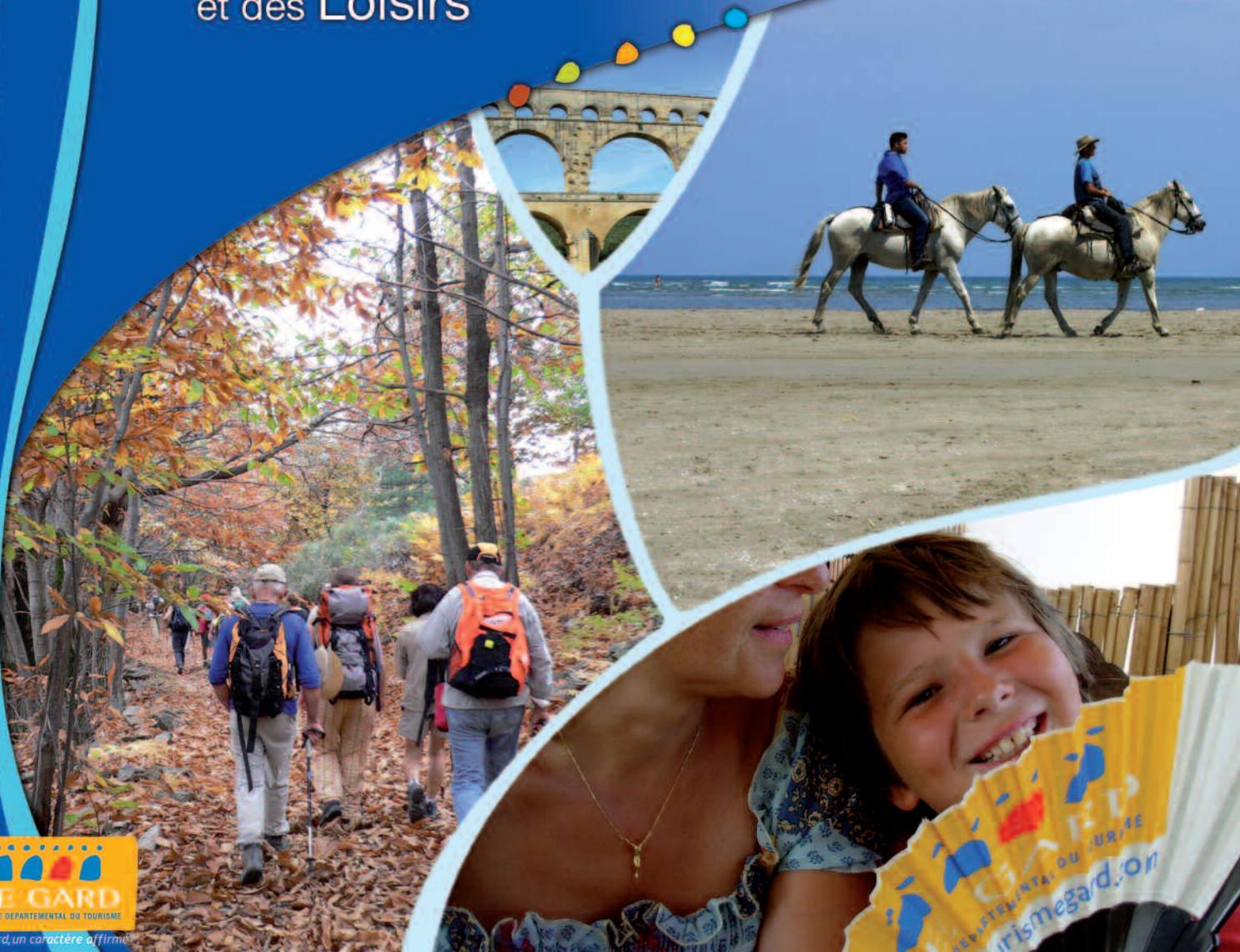


on a tous envie de GARD

Schéma Départemental de l'Economie du Tourisme et des Loisirs

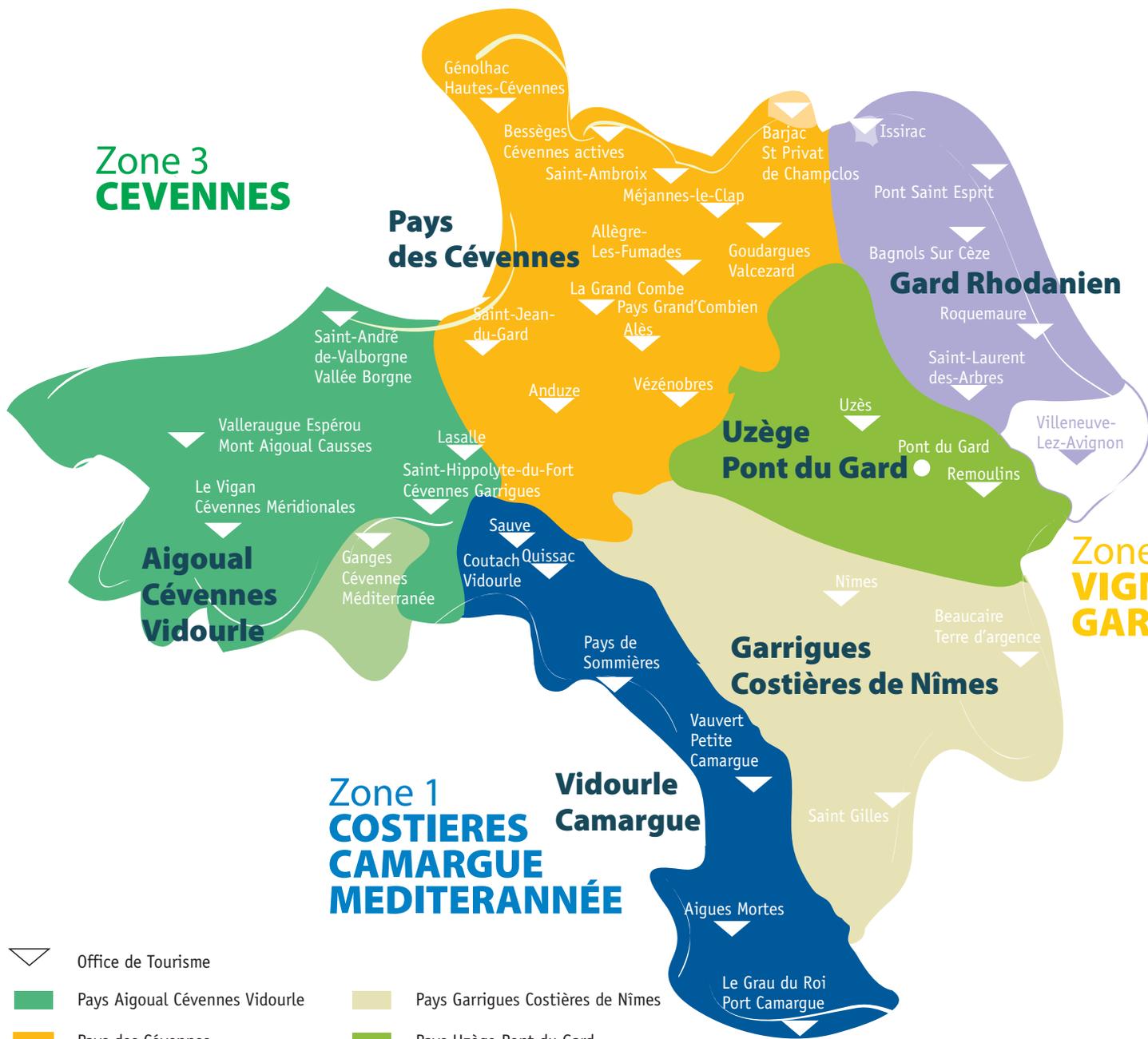
2010/2013



"Le Gard, un caractère affirmé"



Zone 3 CEVENNES



Zone 2 VIGNES ET GARRIGUES

Zone 1 COSTIERES CAMARGUE MEDITERRANÉE

-  Office de Tourisme
-  Pays Aigoual Cévennes Vidourle
-  Pays des Cévennes
-  Pays Gard Rhodanien
-  Communauté du Grand Avignon
-  Pays Garrigues Costières de Nîmes
-  Pays Uzège Pont du Gard
-  Pays Vidourle camargue
-  Communauté des Grands Sites des Gorges de l'Ardèche

Préambule

Par sa situation stratégique au débouché de la Vallée du Rhône et au croisement des flux migratoires touristiques Nord-Sud et Est-Ouest, sur la bordure de la Méditerranée, le Gard affiche d'innombrables atouts : son climat privilégié, des paysages à couper le souffle, de la mer aux Cévennes plurielles, en passant par la Camargue, la garrigue et la Côte du Rhône. Ces territoires, tous différents les uns des autres, le plus souvent construits par la main de l'homme, façonnent notre beau département et sont autant de terres d'activités diverses et complémentaires, de loisirs variés, propices à la découverte. Son patrimoine d'exception est composé de vestiges romains admirablement conservés, mais aussi d'une myriade de monuments et de sites naturels remarquables. Ainsi le Gard s'offre aux visiteurs comme un grand livre à ciel ouvert. Mais le Gard, c'est aussi des terroirs de caractère, gardiens d'une production et d'un savoir-faire dont la qualité garantit une gastronomie étonnante et authentique. Ce décor idyllique ne serait pourtant rien sans les communautés de femmes et d'hommes qui le font vivre et qui le partagent avec générosité. N'y-a-t-il pas de bonheur que dans le partage ? Vieil adage qui, ici dans le Gard, n'a pas pris une ride. Tout ceci confère à notre département une notoriété sans faille qui le place en tête des départements touristiques français.

Le tourisme dans le Gard, c'est un milliard d'euros de chiffre d'affaires, 14 000 emplois équivalents temps plein, 20 millions de nuitées et ce tous les ans. Ce tourisme-là constitue la première filière de notre économie. Cependant, les clientèles touristiques évoluent rapidement ainsi d'ailleurs que leurs modes de consommation. Il faut donc être à l'écoute permanente de ces touristes qui viennent chez nous, afin de mieux les satisfaire et même devancer leurs attentes. Il convient de les étonner en leur offrant une très large gamme de produits touristiques à laquelle ils ne s'attendaient pas et, il faut bien le dire, comme seuls nous savons le faire.

C'est pourquoi, le Schéma Départemental de l'Economie du Tourisme et des Loisirs doit être mis à jour tous les 4 ans. Celui que nous vous proposons s'inscrit sur la période 2010-2013. Il s'appuie sur une consommation touristique respectueuse de l'environnement élaborée dans le cadre de « Gard Durable ». Nombre d'actions qui sont décisives, ne sont, pour la plupart d'entre elles, que la poursuite des programmes en cours qui ont montré toute leur efficacité, d'autres innovantes, ouvrent de nouveaux chantiers, de nouvelles pistes à explorer et développer. Beaucoup d'efforts restent à faire.

Le tourisme gardois ne se décrète pas. Il se développe harmonieusement, bien entendu, dans le cadre du Schéma Départemental, qui constitue une mise en cohérence des offres touristiques gardoises. Mais chaque acteur du tourisme, que ce soit les Pôles Touristiques, les Pays, les Communautés de Communes, les Communes, les Associations, les Offices de Tourisme, les filières professionnelles et bien sûr le Comité Départemental du Tourisme devront aller plus loin en y associant les gardoises et les gardois qui doivent inventer, là où ils sont, l'offre touristique. C'est à ce prix que nous avancerons, c'est à ce prix que nous gagnerons de nouvelles parts de marché, de ce marché touristique, si délicat, si fragile, si convoité, si courtisé, mais si indispensable à notre économie départementale et au bien-être de toutes et de tous.

L'égalité des chances, des hommes et des territoires c'est aussi une équation touristique gardoise.

Lucien AFFORTIT
Président du Comité Départemental
du Tourisme du Gard

Damien ALARY
Président du Conseil général du Gard
Vice-Président de la Région Languedoc-Roussillon

LES CHIFFRES CLES DU TOURISME DANS LE GARD

1. - LE TOURISME GARDOIS

| | |
|----------------------------------|--------|
| 1.1 - Présentation globale | page 6 |
|----------------------------------|--------|

2. - CAPACITE TOURISTIQUE DU GARD

| | |
|--|---------|
| 2.1 - Répartition de la capacité d'hébergement par zone et par type d'hébergement..... | page 7 |
| 2.2 - Nombre d'équipements..... | page 8 |
| 2.3 - Evolution de la capacité d'hébergement | page 9 |
| 2.4 - Répartition de la capacité d'hébergement par type d'hébergement | page 9 |
| 2.5 - Evolution des nuitées par mois et par année | page 11 |

LES ACTIONS DU SCHEMA DEPARTEMENTAL DE L'ECONOMIE DU TOURISME ET DES LOISIRS

OBJECTIF 1 - ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT QUANTITATIF ET QUALITATIF DE L'OFFRE

Axe 1 - Hébergement.....

| | |
|--|----|
| Action 1 - Animation du réseau Clévacances | 14 |
| Action 2 - Tourisme vert et infrastructures agri-tourisme | 15 |
| Action 3 - Les aires de camping-cars | 16 |
| Action 4 - Accompagner les hébergements collectifs | 17 |
| Action 5 - Favoriser les effets socio-économiques des résidences secondaires | 18 |

Axe 2 - Loisirs.....

| | |
|--|----|
| Action 1 - Le tourisme fluvial | 19 |
| Action 2 - Le nautisme | 20 |
| Action 3 - Les voies vertes et la circulation douce | 21 |
| Action 4 - Le cyclo-découverte | 22 |
| Action 5 - Les activités de pleine nature | 23 |
| Action 6 - La pêche récréative en rivière, sur plans d'eau et du bord de mer | 24 |
| Action 7 - Remise en forme / bien-être | 25 |

Axe 3 - Terroir

| | |
|---|----|
| Action 1 - Soutien aux circuits liés à l'agro-tourisme et à l'œnotourisme | 26 |
| Action 2 - Création d'une maison des Pays du Gard | 27 |

Axe 4 - Patrimoine

| | |
|---|----|
| Action 1 - Les villages de caractère | 28 |
| Action 2 - Valorisation des patrimoines identitaires et à forte notoriété | 29 |
| Action 3 - Les grands sites et espaces naturels | 30 |
| Action 4 - Les parcs et jardins | 31 |
| Action 5 - Le concours des villes et villages fleuris | 32 |

| | |
|--|-----------|
| OBJECTIF 2 - SOUTENIR UNE ECONOMIE TOURISTIQUE DURABLE PAR UN PLAN MARKETING ADAPTÉ | 34 |
| Axe 1 - Partager l'information et accompagner les initiatives..... | 35 |
| Action 1 - Système d'Information Touristique du Gard | 35 |
| Action 2 - Assistance et conseils | 36 |
| Action 3 - Observatoire Départemental d'Economie Touristique (O.D.E.T.) | 37 |
| Axe 2 - Valoriser les atouts..... | 38 |
| Action 1 - Accompagner la démarche Gard pleine nature et l'éco-tourisme | 38 |
| Action 2 - Soutien aux animations locales identitaires | 39 |
| Action 3 - Harmoniser la documentation promotionnelle territoriale | 40 |
| Action 4 - Le tourisme d'affaires et le tourisme technique | 41 |
| OBJECTIF 3 - MISE EN ŒUVRE D'UNE NOUVELLE GOUVERNANCE | 42 |
| Action 1 - Accompagner l'animation et l'ingénierie touristique des territoires gardois | 43 |
| Action 2 - Mise en place d'une Agence de Développement Touristique | 44 |
| Action 3 - Appui à la coopération décentralisée sur le développement du tourisme solidaire | 45 |
| Action 4 - Accompagner la professionnalisation des acteurs | 46 |
| Action 5 - Le plan départemental de la signalétique touristique | 47 |
| Action 6 - Soutien au label Tourisme & Handicap | 48 |
| Action 7 - La communication institutionnelle | 49 |
| Action 8 - Les Offices de Tourisme du Gard | 50 |
| Action 9 - Evaluation du Schéma Départemental de l'Economie du Tourisme et des Loisirs | 51 |
| REMERCIEMENTS | 52 |

GLOSSAIRE

| | |
|---|--|
| A.G.P.T.F. Association Gardoise de Promotion du Tourisme Fluvial | I.N.S.E.E. Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques |
| A.G.T.V.G.F. Association Gardoise Tourisme Vert Gites de France | O.D.E.T. Observatoire Départemental d'Economie Touristique |
| C.A.U.E. Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement | O.M.T. Organisation Mondiale du Tourisme |
| C.C.I. Chambre de Commerce et d'Industrie | O.T. Office de Tourisme |
| CODEP 30 Comité Départemental de Cyclotourisme du Gard | P.D.E.S.I. Plan Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires |
| C.D.T. Comité Départemental du Tourisme | P.D.I.P.R. Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée |
| C.D.R.P. Comité Départemental de la Randonnée Pédestre | P.N.C. Parc National des Cévennes |
| C.I.V.A.M. Centre d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural | S.A.F.E.R. Société d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural |
| Com. Com. Communauté de Communes | S.E.G.A.R.D. Société d'Aménagement et d'Equipeement du Gard |
| C.R.T. Comité Régional du Tourisme | S.I.T. Système d'Information Touristique |
| D.R.T. Délégation Régionale au Tourisme | F.D.O.T.S.I. Fédération Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative |
| E.P.C.C. Etablissement Public de Coopération Culturelle | U.M.I.H. Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie |
| FIRA Festival de la Randonnée en Cévennes | S.L.A. : Service Loisirs Accueil |
| F.N.A.I.M. Fédération Nationale des Agents immobiliers | V.N.F. Voies Navigables de France |
| F.R.H.P.A. Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air | |
| G.A.L. Groupe d'actions locales | |
| GR Grande Randonnée | |

1 - Le tourisme gardois

1.1 - Présentation globale

En 2009 le département du Gard a généré plus de 19 millions de nuitées. La clientèle est composée à 61% de français et 39% d'étrangers. Pour les français ce sont les régions de Paris-Ile-de-France, Rhône-Alpes et Languedoc-Roussillon qui dominent. Pour la clientèle étrangère ce sont les touristes originaires des Pays-Bas, de la Belgique, de l'Allemagne, de l'Italie et du Royaume-Uni qui sont les plus représentés.

Le Gard se classe au niveau national à la 20^e place des départements les plus visités par le nombre de nuitées. Le Gard est avant tout une destination d'agrément, pour près d'un séjour sur deux, c'est presque 6 points de plus que la moyenne nationale. La durée moyenne du séjour est plus élevée qu'au niveau régional et national, toutes origines confondues elle est de 13,1 jours en 2009.

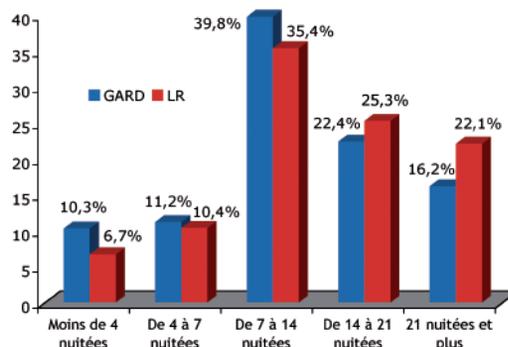
C'est la diversité de l'environnement et sa qualité qui sont déclarées prioritairement attrayantes par la clientèle touristique.

La situation géographique du Gard, son climat, ses paysages et sa grande richesse patrimoniale (2 sites classés au patrimoine mondial par l'UNESCO, près de 140 sites classés Monuments Historiques et plus de 320 inscrits à l'Inventaire) permettent la pratique d'une multitude d'activités de loisirs, tant sportives 18%, que culturelles 35% (¼ des monuments historiques de la région Languedoc-Roussillon est dans le Gard).

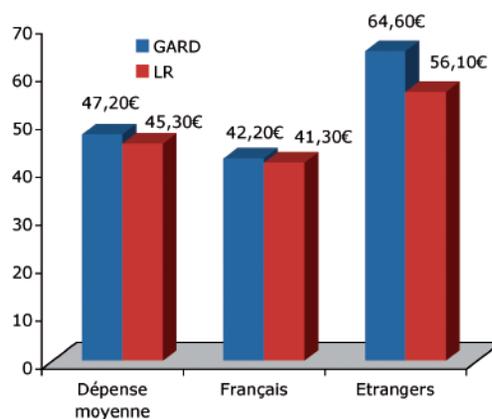
La richesse de l'offre en visites de sites et monuments repose sur sa grande qualité, sur sa diversité, mais aussi sur sa renommée internationale. Ainsi le Gard est un des départements français qui connaît la plus importante fréquentation touristique avec plus de 5 millions de visiteurs par an.

Sur l'année, le nombre d'emplois directement liés au tourisme est de 8 700, soit 20% des emplois régionaux liés au tourisme. Au plus haut de la saison ce ne sont pas moins de 13 000 personnes qui sont directement employées dans le secteur du tourisme.

La dépense moyenne par jour et par personne est de 47 euros. Le touriste étranger affiche une dépense de près de 60€ contre 46€ pour le touriste français. Le Gard est le département du Languedoc-Roussillon qui présente les montants moyens de dépenses les plus élevés.



Le Gard se classe au niveau national à la 20^e place des départements les plus visités par le nombre de nuitées.



Le touriste étranger affiche une dépense de près de 60 € contre 46€ pour le touriste français.

2 - Capacité touristique du Gard

2.1 - Répartition de la capacité d'hébergement par zone et par type d'hébergement (en nombre de lits)

| | Hôtels | Campings | Clévacances | Gîtes de F. | Héber. collectifs | Total | % |
|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|-------------------|---------------|------------|
| Zone 1 | 2 444 | 19 056 | 2 019 | 398 | 3 552 | 27 469 | 30 |
| Zone 2 | 6 746 | 16 788 | 3 060 | 2 307 | 5 974 | 34 875 | 38 |
| Zone 3 | 2 234 | 20 982 | 2 168 | 2 993 | 1 887 | 30 264 | 33 |
| Total | 11 424 | 56 826 | 7 247 | 5 698 | 11 413 | 92 608 | 100 |
| % | 12 | 62 | 8 | 6 | 12 | 100 | |

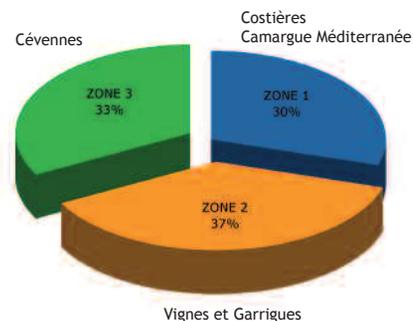
ZONE 1 : COSTIERES CAMARGUE MEDITERRANEE ; ZONE 2 : VIGNES ET GARRIGUES ; ZONE 3 : CEVENNES.

3 zones géo-touristiques composent le département du Gard.

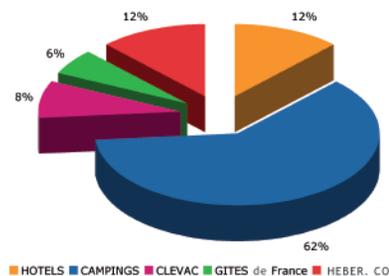
Au sud, ouverte sur la Méditerranée, la zone *Costières Camargue Méditerranée*, au centre, la zone *Vignes et Garrigues* et au nord, le territoire *Cévennes*. La capacité d'hébergement se répartit harmonieusement entre ces trois destinations, chacune oscillant autour du tiers de l'offre départementale. En 2009, le Gard affiche une capacité globale d'hébergement de plus de 300 000 lits dont près de 100 000 lits touristiques labellisés ou classés.

L'hébergement non marchand est sans surprise dominant. Il est constitué par l'accueil chez la famille et les amis, et les résidences secondaires. Ces dernières années on constate une stagnation du nombre de créations de lits touristiques au profit d'une montée en gamme.

En première place, l'hôtellerie de plein air représente 62% de l'offre, suivie par les meublés labellisés Clévacances ou Gîtes de France qui ensemble, constituent 14% de l'offre. Viennent ensuite en troisième position à égalité, les hôtels et les hébergements collectifs avec chacun 12%.



Une répartition harmonieuse de la capacité d'hébergement.



En première place, l'hôtellerie de plein air représente 62% de l'offre.

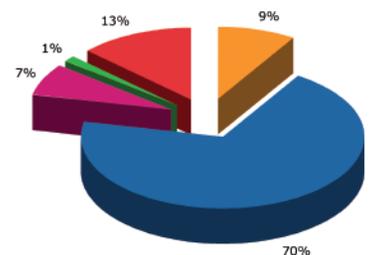
2.2 - Nombre d'équipements

C'est le secteur *Vignes et Garrigues* qui affiche le nombre de lits touristiques le plus élevé avec près de 35 000 lits. Puis c'est le secteur des *Cévennes* avec 30 000 lits suivi par le secteur *Costières Camargue Méditerranée* avec 27 000 lits.

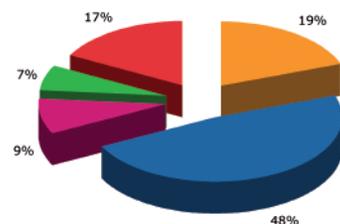
Comparativement avec les deux autres secteurs géo-touristiques, c'est sur la zone 2 *Vignes et Garrigues* que la proportion de lits en hôtellerie de plein air est la plus faible avec 30% de l'offre globale. Cette zone rassemble la plus grande capacité en lits hôteliers : 60% des lits hôteliers du Gard, ce qui s'explique par la présence de Nîmes sur ce secteur.

La zone 1 *Costières Camargue Méditerranée* et la zone 3 *Cévennes* se ressemblent par la répartition de leur capacité d'hébergement touristique en hôtellerie de plein air (69%) et en meublés Clévacances (7%). La différence se fait sans surprise sur la capacité d'hébergements labellisés en Gîtes de France 10% en zone Cévennes contre 1,5% en zone *Costières Camargue Méditerranée*. Inversement c'est en zone *Costières Camargue Méditerranée* que la proportion en hébergements collectifs est la plus forte : 13% contre 6% en zone *Cévennes*.

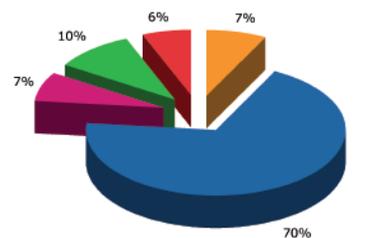
| HEBERGEMENTS | Lits | Equipements | Moyenne Lits/Equipement |
|-----------------|--------|-------------|-------------------------|
| HOTELS | 11 424 | 244 | 47 |
| CAMPINGS | 56 826 | 173 | 328 |
| CLEVACANCES | 7 247 | 1 775 | 4 |
| GITES de France | 5 698 | 1 116 | 5 |
| HEBERG. COL. | 11 413 | 75 | 152 |
| TOTAUX | 92 608 | 3 383 | |



ZONE 1 : COSTIERES CAMARGUE MEDITERRANEE



ZONE 2 : VIGNES ET GARRIGUES



ZONE 3 : CEVENNES

« La zone 1 *Costières Camargue Méditerranée* et la zone 3 *Cévennes* se ressemblent beaucoup par la répartition de leur capacité d'hébergement touristique.

2.3 - Evolution de la capacité d'hébergement

| HEBERGEMENTS | 1999 | 2009 | EVOLUTION VALEUR |
|-------------------------|--------|--------|------------------|
| Hôtels | 12 026 | 11 424 | -602 |
| Campings | 61 980 | 56 826 | -5 154 |
| Clévacances | 9 402 | 7 247 | -2 155 |
| Gîtes de France | 5 032 | 5 698 | +666 |
| Hébergements Collectifs | 7 140 | 11 413 | +4 273 |
| TOTAL | 95 580 | 92 608 | -2 972 |

La capacité d'hébergements marchands du Gard a perdu 3% depuis 1999. Pour les campings principalement, les inondations ont donné lieu à de nouvelles mesures préfectorales en matière de gestion des risques qui ont entraîné la perte des emplacements à proximité immédiate des cours d'eau.

On constate également la disparition de petits équipements de l'hôtellerie rurale familiale qui, non conformes aux normes, auraient nécessité des investissements trop lourds pour leur maintien.

On peut aussi avancer que la perte de lits est aussi grandement due à la montée en gamme et en confort de l'offre.

Le bond de plus de 3 000 lits attribués aux hébergements collectifs découle d'une nouvelle définition des hébergements collectifs qui entrent désormais pleinement dans le comptage de la capacité.

Précédemment, les structures réservées à leurs seuls adhérents n'étaient pas prises en compte.

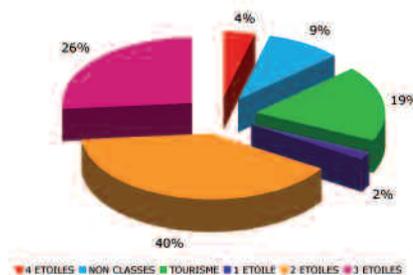
2.4 - Répartition de la capacité d'hébergement par type d'hébergement

a) Hôtels

Le gros de l'offre se situe en moyen de gamme tendance haut de gamme, 70% des hôtels sont classés en 2 ou 3 étoiles.

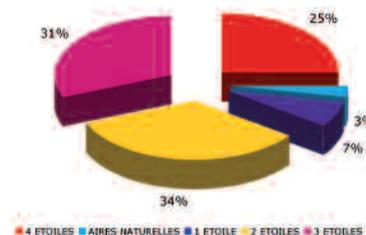
b) Campings

Plus de la moitié des établissements est classée 2 ou 3 étoiles. On note une forte montée en gamme, 25% de l'offre sont classés 4 étoiles.



Hôtels : 11 424 lits

70 % des hôtels sont classés en 2 ou 3 étoiles.



Campings : 56 826 lits

Plus de la moitié des établissements est classée en 2 ou 3 étoiles.

c) Hébergements locatifs saisonniers

| CATEGORIES | CLEVACANCES | | | GITES DE FRANCE | | | GARD | |
|------------|-------------|------|--------|-----------------|------|--------|--------|-----|
| | LITS | 2009 | % 2004 | LITS | 2008 | % 2004 | LITS | % |
| 1 | 1 845 | 25 | 31 | 237 | 4 | 8 | 2 082 | 16 |
| 2 | 3 400 | 47 | 48 | 1 389 | 24 | 29 | 4 789 | 37 |
| 3 | 1 748 | 24 | 19 | 3 749 | 66 | 56 | 5 497 | 42 |
| 4 | 254 | 4 | 2 | 323 | 6 | 7 | 577 | 4 |
| TOTAUX | 7 247 | 100 | 100 | 5 698 | 100 | 100 | 12 945 | 100 |

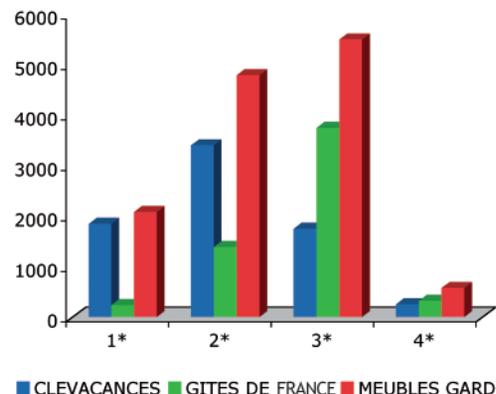
Sur les 5 dernières années, on observe que les efforts de sensibilisation auprès des propriétaires, à monter en gamme, portent leurs fruits.

Tous labels confondus, on assiste à une progression des meublés classés en 3 épis ou clés. Les hébergements proposés en niveau 1 sont en baisse, de façon très significative.

Sur cette période, les Gîtes de France voient ainsi leur parc des 1 épi divisé par deux et pour les meublés Clévacances, les 1 clé perdent 6 points.

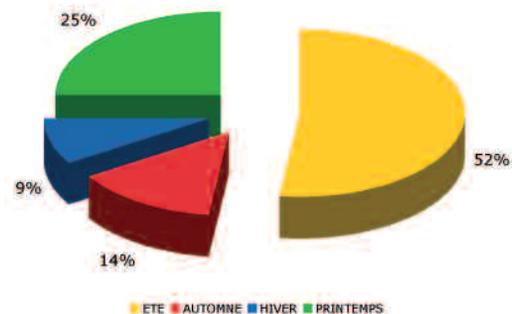
Pour les Clévacances, 1 équipement sur 2 est classé en 2 clés. On enregistre autant de lits en 1 clé qu'en 3 clés.

Pour les Gîtes de France, l'offre s'appuie sur les 3 épis qui représentent 66% de la capacité des Gîtes de France gardois ; les 1 épi au même titre que les 4 épis sont en-dessous des 10% de l'offre globale des Gîtes de France.



Sur les 5 dernières années, on observe que les efforts de sensibilisation auprès des propriétaires à monter en gamme portent leurs fruits.

Répartition des nuitées par saison



2.5 - Evolution des nuitées par mois et par année

| MOIS | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | EVOLUTION % |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| JANVIER | 260 620 | 313 049 | 265 570 | 338 333 | 307 000 | 299 000 | -2,6 |
| FEVRIER | 608 909 | 636 705 | 629 803 | 610 153 | 520 000 | 538 000 | +3,5 |
| MARS | 677 138 | 797 911 | 670 522 | 705 456 | 761 000 | 653 000 | -14,2 |
| AVRIL | 1 636 227 | 1 281 267 | 1 718 632 | 1 741 600 | 1 284 000 | 1 379 000 | +7,4 |
| MAI | 1 894 984 | 1 433 455 | 1 306 586 | 1 407 718 | 1 773 000 | 1 960 000 | +10,5 |
| JUIN | 1 912 891 | 1 328 421 | 1 572 142 | 1 370 648 | 1 602 000 | 1 591 000 | -0,7 |
| JUILLET | 3 897 994 | 4 160 250 | 4 044 045 | 4 161 999 | 4 089 000 | 4 234 000 | +3,5 |
| AOUT | 5 604 399 | 5 450 313 | 5 537 377 | 5 532 060 | 5 369 000 | 5 472 000 | +1,9 |
| SEPTEMBRE | 1 550 162 | 1 716 292 | 1 854 306 | 2 018 400 | 1 702 000 | 1 810 000 | +6,3 |
| OCTOBRE | 594 959 | 939 272 | 847 852 | 779 488 | 903 000 | 876 000 | -3,0 |
| NOVEMBRE | 273 413 | 370 553 | 348 437 | 457 504 | 385 000 | 373 000 | -3,1 |
| DECEMBRE | 481 501 | 442 279 | 462 526 | 364 012 | 406 000 | 387 000 | -4,7 |
| TOTAL | 18 575 720 | 18 869 767 | 19 257 798 | 19 487 371 | 19 101 000 | 19 572 000 | +2,5 |

Depuis 2004, le volume de nuitées enregistrées dans le Gard a progressé de plus de 5% malgré un léger tassement entre 2007 et 2008.

Dès le mois d'avril le volume de nuitées mensuelles franchit la barre du million, et ce jusqu'au mois d'octobre.

Soulignons au fil des ans les fortes progressions du volume de nuitées sur les périodes automnales et printanières. Les fréquentations des mois de mai et septembre se révèlent, au travers de ce tableau, équivalentes pour l'année 2008.

Sur les 6 dernières années le département a gagné près de 1 million de nuitées supplémentaires. En 2009 ce sont près de 500 000 nuitées supplémentaires qui ont été enregistrées soit une progression de 2,5% entre 2008 et 2009.

Sur les 6 dernières années le département a gagné près de 1 million de nuitées. +2,5% entre 2008 et 2009.



Objectif 1 } Accompagner le développement qualitatif et quantitatif de l'offre

L'économie touristique est tributaire de la qualité de son offre qui, pour ce nouveau schéma, demeure une priorité.

Cet objectif 1 a pour finalité la poursuite de la qualification et la mise à niveau de l'offre pour renforcer son attractivité sur les marchés et générer des retombées économiques conséquentes pour le département.

Axe 1 Hébergement

- Action 1 Animation du réseau Clévacances
- Action 2 Tourisme vert et infrastructures agri-tourisme
- Action 3 Les aires de camping-cars
- Action 4 Accompagner les hébergements collectifs
- Action 5 Favoriser les effets socio-économiques des résidences secondaires

Axe 2 Loisirs

- Action 1 Le tourisme fluvial
- Action 2 Le nautisme
- Action 3 Les voies vertes et la circulation douce
- Action 4 Le cyclo-découverte
- Action 5 Les activités de pleine nature
- Action 6 La pêche récréative en rivière, sur plans d'eau et du bord de mer
- Action 7 Remise en forme / bien-être

Axe 3 Terroir

- Action 1 Soutien aux circuits courts liés à l'agro-tourisme et à l'œnotourisme
- Action 2 Création d'une maison des pays du Gard

Axe 4 Patrimoine

- Action 1 Les villages de caractère
- Action 2 Valorisation des patrimoines identitaires et à forte notoriété
- Action 3 Les grands sites et espaces naturels
- Action 4 Les parcs et jardins
- Action 5 Le concours des villes et villages fleuris

le nautisme

les meublés

loisirs
patrimoine

Axe 1 : Hébergement

Action 1) Animation du réseau Clévacances



Constat

1 800 équipements qualifiés en partenariat avec les Offices de Tourisme. Sur le précédent schéma nous avons obtenu la mise en place par le Conseil général d'une doctrine spécifique pour l'amélioration des meublés Clévacances labellisés 2 clés désirant passer en 3 clés.

But

Apporter sur le marché du locatif saisonnier la lisibilité d'une marque de qualité, et offrir un label sécurisant pour le client.

Animer et professionnaliser le réseau de propriétaires, et requalifier le parc.

Rationaliser les procédures de classement des meublés touristiques entre les différents intervenants.

Contenu

→Poursuite de la labellisation des meublés et chambres d'hôtes. Amélioration de l'offre existante.

→Etude des possibilités de l'évolution de la doctrine vers l'accompagnement à la création.

→Renforcement de l'animation du réseau, professionnalisation des propriétaires, et développement de nouveaux produits thématiques (oenotourisme, pêche, ...).

→Intensification de la lisibilité du label par le grand public.

→Alors que le Gard rassemble une offre en équipements labellisés Clévacances conséquente, on constate une difficulté à se faire entendre au sein de la Fédération Nationale du label. Une réflexion sera entamée sur la pertinence d'adhérer au réseau national et sur la faisabilité d'un rapprochement à un réseau régional de meublés. (Démarche Qualité Sud de France).

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : Propriétaires publics ou privés.

Partenaires : Offices de tourisme, FDOTSI, agences immobilières, FNAIM, Gîtes de France Gard, Préfecture, Conseil général

Echéancier : 2010/2013

Axe 1 : Hébergement

Action 2) Tourisme vert et infrastructures agri-tourisme



Constat

Le tourisme rural est une activité qui contribue de manière conséquente à la socio-économie rurale et à son organisation. Il convient d'impulser rationnellement sa mise en valeur.

But

Impulser et organiser le développement d'un tourisme effectivement rural dans le Gard : un tourisme dont le contenu est de proposer la ruralité frappée à l'originalité des territoires. Ce processus s'inscrit dans une démarche de développement durable.

Contenu

- Sensibiliser la population rurale, en particulier agricole, les institutionnels et agents développeurs sur l'intérêt du développement du Tourisme Vert.
- Accompagner les porteurs de projets candidats à la réalisation et à l'amélioration d'équipements de Tourisme Vert (sur le plan technique, administratif, financier et réglementaire).
- Développer la démarche qualité (mise en œuvre des agréments, reclassements) et réajustement des filières. Accompagner la professionnalisation des prestataires par un programme de formation.
- Renforcer les relations structurelles avec les agents du développement touristique et rural, notamment par le croisement des dynamiques entre la filière "Tourisme Vert Gîtes de France" et les territoires.
- Promouvoir, communiquer, mettre en marché et distribuer.
- Suivre et évaluer : les projets, classements, reclassements, prestataires ayant suivi une formation, ainsi que la stratégie de développement.
- Mesurer les retombées économiques.

Maitre d'œuvre : AGFTVG

Bénéficiaires : Propriétaires publics ou privés

Partenaires : Conseil général, CDT, Pays, GAL, Chambre Agriculture, Bienvenue à La Ferme, Accueil Paysan, FDOTSI, Préfecture.

Echéancier : 2010/2013

Axe 1 : Hébergement

Action 3) Les aires de camping-cars



Constat

Pour l'accueil des camping-caristes, le précédent schéma a donné jour à une doctrine de requalification et de création d'aires publiques de ravitaillement et de repos pour les camping-cars.

But

Constituer une offre qui réponde à la demande de la clientèle camping cariste par un développement concerté des aires de repos et de services sur l'ensemble du département.

Contenu

- Poursuivre cette action d'aménagement en s'appuyant sur le terrain et notamment sur les Pays.
- Assurer la promotion au travers de la documentation départementale des aires publiques et privées.
- Apporter conseils aux porteurs de projets, sensibiliser les acteurs du tourisme à l'accueil des camping-cars.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : Les collectivités locales (communes et intercommunalités)

Partenaires : Conseil général, CAUE, Pays

Echéancier : 2010 /2013

Axe 1 : Hébergement

Action 4) Accompagner les hébergements collectifs



Constat

Le précédent schéma s'est consacré principalement à la promotion de ces hébergements et à l'accompagnement de leur qualification. Un travail de fond a été conduit par le service promotion du CDT qui s'est notamment traduit par de nombreux accueils de presse et éducateurs.

But

Favoriser le développement et le maintien d'une gamme d'hébergements collectifs conformes aux attentes des clientèles, en privilégiant la montée en gamme.

Contenu

- Renforcer l'échange, la formation et le partenariat entre les acteurs à tous les niveaux, par filières professionnelles et par échelons territoriaux.
- Poursuivre les travaux de la Conférence Economique du Conseil général portant sur la mise aux normes d'hygiène et de sécurité, ainsi que sur les normes d'accessibilité pour les personnes souffrant de handicap.
- Valoriser l'offre à travers l'opération de qualification Sud de France, politique régionale de tourisme.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : les hébergements collectifs publics et privés

Partenaires : Conseil général, CCI, Pays, Fédérations professionnelles

Echéancier : 2010/2013

Axe 1 : Hébergement

Action 5) Favoriser les effets socio-économiques des résidences secondaires



Constat

Comme dans beaucoup de départements touristiques, le nombre de résidences secondaires est important.

Dans le Gard, sur 300 000 lits touristiques au moins 200 000 sont du secteur non marchand. Nous ne disposons pas de données fiables sur les retombées économiques induites.

But

Mieux cerner ce parc d'hébergement.
Faire contribuer le tourisme à la création d'emplois de services.

Contenu

- Etude sur la connaissance du parc, des besoins et des retombées économiques supplémentaires qui pourraient en découler.
- Développer et organiser les services comme par exemple : services à la personne, entretien des propriétés, gardiennage...
- Réflexion avec les pôles emplois, maison des saisonniers, chantiers d'insertion, communes...
- Etude de la faisabilité de la mise en ligne de l'offre et de la demande d'emplois.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : propriétaires des résidences secondaires

Partenaires : Conseil général, communes, Maison de l'emploi, pôle emploi, organismes régionaux de formation, CCI, syndicats professionnels

Echéancier : 2010/2013

Action 1) Le tourisme fluvial



Constat

L'interlocuteur du tourisme fluvial est l'Association Gardoise pour la Promotion du Tourisme Fluvial. (AGPTF).

Cette action figure dans le précédent schéma qui, suite à une étude sur les voies navigables gardoises, a donné lieu à un plan d'actions transversales.

But

Accroître l'attractivité des parcours fluviaux gardois et valoriser les atouts touristiques à proximité des haltes fluviales.

Contenu

- Mettre en place le plan de signalétique départementale des voies navigables, ports et haltes nautiques.
- Requalifier certaines haltes nautiques.
- Apporter une meilleure lisibilité du tourisme fluvial afin de consolider son image en lien avec les territoires et les professionnels.
- Entrer en discussion avec Voies Navigables de France (V.N.F.) pour faciliter la pratique d'activités de loisirs sur les chemins de halage.

Maitre d'œuvre : AGPTF

Bénéficiaires : les communautés de communes

Partenaires : Conseil général, VNF, les Pays, association Territoires Rhône

Echéancier : 2010/2013

Axe 2 : Loisirs

Action 2) Le nautisme



Constat

Le nautisme véhicule une image positive, c'est une attractivité forte pour le public, notamment l'évènementiel qui y est lié. La requalification du port de plaisance du Grau du Roi-Port Camargue est entamée depuis 2002. La station adhère à France Station Nautique. Port Camargue est, avec 4 800 places à flot, dans les tout premiers ports de plaisance d'Europe. Il est engagé dans l'opération Port Propre et a été certifié ISO 14001.

But

Promouvoir le nautisme en tant que filière touristique. Affirmer le caractère maritime du Gard et améliorer l'image positive du nautisme gardois.

Contenu

- Structurer et consolider l'offre touristique.
- Créer des liens transversaux avec les ligues du nautisme, la capitainerie, l'Office de Tourisme du Grau du Roi-Port Camargue et les écoles de voile.
- Faciliter l'accès à l'information du public sur toutes les activités et événements nautiques.
- Accompagner le renforcement de l'image qualitative de la station nautique, notamment en développant une rubrique nautisme sur le site du CDT qui reprendrait les performances sportives, technologiques et environnementales.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : La station balnéaire du Grau du Roi-Port Camargue

Partenaires : Conseil général, capitainerie, office de tourisme, écoles de voile et commune du Grau du Roi-Port Camargue.

Echéancier : 2010/2013

Action 3) Les voies vertes et la circulation douce



Constat

On constate un engouement marqué de la part des clientèles urbaines de proximité pour ce type d'itinéraire.

Le Schéma Départemental des Aménagements Cyclables réalisé par le Conseil général en 2006 a labellisé 4 itinéraires.

But

Apporter une réponse sécurisée à une pratique en expansion.
Compléter l'offre existante.

Contenu

- Accompagner le schéma départemental en hiérarchisant les priorités.
- Consolider la promotion et la mise en marché de ces voies par le CDT, en lien avec le Grenelle de l'environnement.
- Améliorer la circulation de l'information entre les différents services départementaux.
- Lancer une étude en lien avec l'Observatoire Départemental d'Economie Touristique sur la fréquentation et les besoins des voies vertes.

Maitre d'œuvre : Le Conseil général

Bénéficiaires : voies départementales

Partenaires : CDT, services concernés du Conseil général, Pays et Intercommunalités

Echéancier : 2010 / 2012

Action 4) Le cyclo-découverte



Constat

Il s'agit ici de la découverte du territoire à partir d'itinéraires pour vélos sur route.

C'est une activité qui avait été inscrite au précédent schéma.

Le schéma départemental a identifié des zones privilégiées. (Secteur du Vigan, Cévennes, Côte du Rhône, Vidourle/Camargue, Uzège...).

But

Répondre à une forte demande pour des circuits sur route.

Fédérer les structures impliquées et organiser la communication et la commercialisation.

Contenu

→ Soutenir les initiatives locales sur les territoires, par la création de circuits et de produits.

→ Favoriser le dialogue et les partenariats avec les associations et fédérations de cyclo-découverte.

→ Assurer la promotion des itinéraires.

Maitre d'œuvre : CDT

Bénéficiaires : Pays et intercommunalités.

Partenaires : Conseil général, Comité Départemental de Cyclotourisme du Gard (CODEP), clubs gardois.

Echéancier : 2010/2013

Action 5) Les activités de pleine nature



Constat

La politique affichée du Département est de soutenir les initiatives portées par les territoires dans une logique de multi pratiques, la randonnée sous toutes ses formes : pédestre, équestre, VTT, escalade, canoë kayak, spéléologie... Concrètement le Département soutient la création des carto-guides, avec comme interlocuteurs les territoires et le CDT. A ce jour, 7 carto-guides ont déjà été édités. Ce mode de découverte des territoires gardois reste un axe fort de notre stratégie marketing.

But

Pérenniser des espaces de pratique d'activité de pleine nature et maintenir une offre de qualité optimum des itinéraires.

Diversifier et qualifier l'offre de loisirs. Maîtriser le développement des sports de pleine nature.

Proposer une offre touristique de réseau multi activités de sentiers et de sites.

Contenu

→ Maintenir cette action comme une action prioritaire animée par les agents territoriaux, pour couvrir l'ensemble du Gard de carto-guides. 8 nouveaux carto-guides seront programmés.

→ Encourager et développer les regroupements de l'offre par Pays pour répondre au plus près à la demande.

→ Mise en place d'une charte de bonne pratique des activités de pleine nature à destination du public et des prestataires.

→ Dresser les besoins touristiques de la clientèle par activité pour créer des produits courts séjours et favoriser leur mise en marché.

Maître d'œuvre : CDT/Conseil général

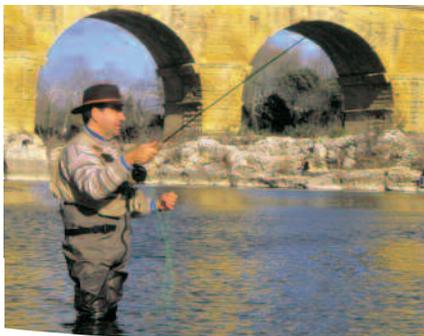
Bénéficiaires : Pays, intercommunalités, fédérations départementales et associations sportives.

Partenaires : Pays et intercommunalités.

Echéancier : 2010 / 2013

Axe 2 : Loisirs

Action 6) La pêche récréative en rivière, sur plans d'eau et du bord de mer



Constat

Le département offre toutes les techniques de pêche, en eaux douces et salées. Bordé par la Méditerranée, le Gard dispose d'un réseau hydrographique de qualité hors du commun, mais connaît, comme d'autres départements, un léger tassement de la pratique de la pêche.

But

Adapter le produit pêche de loisirs aux exigences des clientèles touristiques. Développer la notoriété du Gard auprès d'un public de consommateurs d'activités de pleine nature. Valoriser l'espace rural.

Contenu

- Renforcer le partenariat avec la Fédération Départementale de Pêche et les acteurs concernés.
- Aller à la rencontre du public pour lui proposer une offre organisée. (Attention particulière sur la clientèle scolaire et urbaine).
- Sensibiliser les exploitants des hébergements à la pratique de la pêche, pour développer cette thématique au sein de leurs équipements.
- Former et sensibiliser le personnel des OT aux techniques et lieux de pêche sur leur secteur.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : les prestataires du tourisme, les OT

Partenaires : Fédération départementale de la pêche. Service du Conseil général, offices de tourisme. Intercommunalités, labels hébergements, label Tourisme & Handicap, guides de pêche, agence de l'eau, ...

Echéancier : 2010 / 2013

Action 7) Remise en forme / bien-être



Constat

Les produits touristiques de remise en forme, bien-être et détente constituent une filière de niches. Ce sont des produits à forte valeur ajoutée qui apportent une image positive à la destination.

Les produits "remise en forme, bien-être, détente" ne sont plus une exclusivité féminine, les hommes sont de plus en plus demandeurs de ces types de produits. On constate que cette image n'est pas suffisamment travaillée dans le Gard.

But

Renforcer l'image du Gard en tant que destination de remise en forme et de préservation du "capital santé".

Contenu

- Recenser et qualifier l'offre.
- Accompagner la communication liée aux produits touristiques de remise en forme et notamment les projets innovants, (exemples : station uvale, sel de Camargue...).
- Travailler le marché local pour les produits à la journée et l'extra régional pour les courts séjours.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : prestataires touristiques

Partenaires : Conseil général, Pays, la station thermale des Fumades

Echéancier : 2010 / 2013

Action 1) Soutien aux circuits liés à l'agro tourisme et à l'œnotourisme



Constat

Le département offre une large gamme de produits emblématiques fortement inscrits dans les paysages. La diversité du terroir gardois est exceptionnelle, tous les secteurs géographiques du département sont concernés. Démarche qui associe l'homme au produit. Cette action est caractéristique du soutien au développement durable au travers du rapprochement terroir / territoire et au couple homme / produit.

But

Valoriser les terroirs gardois par une collaboration entre la filière agricole et l'économie touristique.

Contenu

- Conforter les labels identitaires au niveau des Pays, tels que : Café de Pays, Sites remarquables du Goût, Assiettes de Pays, ...
- Valoriser la démarche du Département « Militant du Goût ».
- Structurer l'offre d'œnotourisme en privilégiant une approche régionale.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : les Pays et intercommunalités

Partenaires : Conseil général, Chambre d'agriculture, PNC, CIVAM, labels Bienvenue à la Ferme, Militant du Goût...

Echéancier : 2010 / 2013

Action 2) Création d'une maison des Pays du Gard



Constat

Le Gard ne dispose pas d'un espace propre à la valorisation des territoires gardois en tant que destinations touristiques.

But

Créer un espace de valorisation des destinations gardoises.
Renforcer l'identité des territoires.
Mettre en réseau les producteurs et acteurs du développement local.

Contenu

→ Etude de faisabilité pour l'implantation d'une maison des Pays.
→ Elaboration avec les territoires du cahier des charges.
→ Coproduction partenariale avec le Conseil général et les consulaires.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : Les Pays

Partenaires : Conseil général, les Pays, chambre d'agriculture, chambre de métiers, CCI, FDOTSI

Echéancier : 2010 / 2013

Action 1) Les villages de caractère



Constat

Sous le précédent schéma l'étude de faisabilité a été conduite, elle a donné lieu à un partenariat étroit avec le C.A.U.E et le Conseil général pour l'élaboration d'une doctrine départementale. Cette doctrine a permis d'engager dans une démarche de labellisation des villages de Lussan, Saint Martial, Vézénobres, Dourbies, Barjac et Goudargues.

But

Consolider l'offre patrimoniale par une mise en valeur particulière des villages emblématiques du Gard.
Développer un réseau de villages de caractère support d'une pratique et d'une promotion touristique.

Contenu

- Accompagner la mise en valeur et la promotion touristique des villages sur la base d'une charte de qualité.
- 6 autres villages d'exception sont d'ores-et-déjà retenus pour 2010 : La Roque-sur-Cèze, Aiguèze, Mialet, Saint-Jean de-Valériscle, Aumessas et Le Cailar.
- Un nouvel appel d'offre devrait être lancé en 2011 pour mettre en tourisme d'autres villages.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : communes et communautés de communes

Partenaires : CAUE, Conseil général, les Pays, le Conseil régional, les GAL

Echéancier : 2010 / 2013

Action 2) Valorisation des patrimoines identitaires et à forte notoriété



Constat

Pour compléter et fédérer l'offre patrimoniale identitaire autour des grands sites gardois, le CDT a lancé au cours du précédent schéma la collection «Patrimoine en Pays Gardois», sentiers d'interprétation, espaces naturels et intra-muros. Cette collection compte à ce jour une vingtaine de titres.

But

Soutenir l'offre touristique culturelle en consolidant son attractivité au travers de thématiques fortes.

Répondre aux attentes et curiosités des clientèles.

Contenu

→Elargir l'offre autour des thèmes porteurs emblématiques qui touchent au tourisme de mémoire et immatériel comme par exemple, le passé minier, les traditions potières, l'histoire liée au protestantisme, la Résistance, la tradition bouvine, les voies historiques (Régordane, Stevenson, les chemins de Saint Jacques,...) à travers des éditions portées par les Pays.

→Intégrer les métiers d'art dans la dimension touristique de l'offre.

→Mettre en place une carte ambassadeur avec les acteurs gardois du tourisme pour amplifier les retombées économiques.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : Les Pays

Partenaires : Conseil général, Conseil régional, CDRP, Comité Départemental du Tourisme Equestre et des Loisirs, Conservateur des musées départementaux, PNC, chambre de métiers, CCI, associations culturelles...

Echéancier : 2010 / 2013

Action 3) Les grands sites et espaces naturels



Constat

Sont concernés les territoires bénéficiaires de «l'Opération Grands Sites». A savoir le Cirque de Navacelles, le Pont du Gard avec les Gorges du Gardon, et la Camargue. Ils bénéficient d'un affichage commercial par le CDT au travers du Service Loisirs Accueil Gard (SLA) et de ses produits à destination des groupes. Ces actions sont inscrites dans la démarche départementale Gard pleine nature.

But

Renforcer l'image de destination à haute qualité écologique du Gard sur les marchés touristiques français et étrangers.

Contenu

- Consolider le partenariat entre les projets liés aux grands sites et les actions territoriales proposées par les Pays.
- Intégrer ces grands sites dans une ligne de produits découverte liée à l'éco-tourisme et à l'éducation à l'environnement.
- Accompagner les acteurs sur la définition des actions de communication et de promotion.
- Faciliter l'accessibilité aux sites par une clientèle non motorisée.
- Favoriser un travail de collaboration avec les départements limitrophes partageant les mêmes enjeux.

Maitre d'œuvre : Conseil général, CDT

Bénéficiaires : Les syndicats mixtes et les Pays

Partenaires : Syndicats mixtes pour la protection et la gestion de la Camargue gardoise, Syndicat mixte d'aménagement de protection et de mise en valeur du massif et des Gorges du Gardon, Syndicat mixte pour la mise en œuvre de l'opération grand site de Navacelles, et l'EPCC du Pont du Gard.

Echéancier : 2010 / 2013

Action 4) Les parcs et jardins



Constat

Le Gard est riche d'une offre originale et variée qui répond aux attentes des clientèles françaises et étrangères. Un comité de pilotage animé par le CDT et le CAUE a permis la création d'une association «Jardins Singuliers». À ce jour près de 30 jardins sont fédérés dont 17 sont intégrés dans la charte régionale Qualité Sud de France.

Le CDT édite un dépliant intitulé "mELi melo" consacré à ces jardins.

But

Structurer et organiser l'offre des parcs et jardins.

Promouvoir les parcs et jardins.

Contenu

→Poursuite de la formation des acteurs à l'accueil et à la mise en place d'une charte d'accueil de qualité.

→Ouverture à d'autres jardins ou parcs.

→Création de produits d'itinéraires départementaux en s'appuyant sur l'offre de qualité des Pays.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : les parcs et jardins

Partenaires : CAUE, association départementale des Jardins Singuliers

Echéancier : 2010 / 2013

Action 5) Le concours des villes et villages fleuris



Constat

C'est une démarche nationale reprise dans bon nombre de Départements. Cette action a fait du chemin depuis 1959, elle remporte un grand succès car elle répond à la demande des communes. Sur le précédent schéma, le nombre de communes inscrites au concours est passé de 55 à 70, ce qui traduit l'accélération de l'intérêt des communes pour ce concours. Une démarche similaire existe à destination des écoles (écoles fleuries), ce sont dans le Gard plus de 40 écoles qui présentent un projet éducatif s'y rapportant.

But

Embellir le cadre de vie.
Conforter l'image de destination touristique par un fleurissement qui s'appuie sur les ressources floristiques locales.

Contenu

- Renforcer et consolider l'animation du réseau et la formation des employés communaux en partenariat avec le CAUE.
- Répondre à l'attente des services techniques des communes par l'édition d'un guide des plantes identitaires, et de fiches techniques sur le fleurissement et la gestion raisonnée de l'eau.
- Conforter l'action à destination des scolaires pour les sensibiliser à l'environnement et au respect du travail collectif.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : Les communes et écoles

Partenaires : Conseil général, CAUE, villes et villages, Education nationale

Echéancier : 2010 / 2013



Objectif 2 } Soutenir une économie touristique durable par un plan marketing adapté

La mise en place du plan marketing au cours du précédent schéma a permis : d'identifier les marchés et cibles de clientèles prioritaires, et de coordonner les actions, elle a aussi fédéré et mutualisé les moyens.

Partant de la demande de la clientèle, le tourisme de découverte a été développé. Des thématiques ont été identifiées comme axes de communication prioritaires apportant une cohérence à l'offre globale.

L'envie de nature et de "vérités" ne cesse de s'accroître et devient aujourd'hui un véritable enjeu du développement touristique gardois. Les agents de développement du CDT mis à disposition des territoires relayent cette politique et ces choix stratégiques sur les territoires où l'itinérance et la découverte d'exception sont mises en cohérence avec la démarche Gard Durable portée par le Conseil général.

Axe 1 Partager l'information et accompagner les initiatives

- Action 1 Système d'Information Touristique du Gard (S.I.T. 30)
- Action 2 Assistance et conseils
- Action 3 Observatoire Départemental d'Economie Touristique (O.D.E.T.)

Axe 2 Valoriser les atouts

- Action 1 Accompagner la démarche Gard pleine nature et l'éco-tourisme
- Action 2 Soutien aux animations locales identitaires
- Action 3 Harmoniser la documentation promotionnelle territoriale
- Action 4 Le tourisme d'affaires et le tourisme technique.

Gard durable

les atouts

Gard nature

Objectif 2 • Soutenir une économie touristique durable par un plan marketing adapté

Axe 1 : Partager l'information et accompagner les initiatives

Action 1) Système d'Information Touristique du Gard



Constat

L'année 2008 a été marquée par le démarrage du nouveau système de gestion des données d'informations touristiques "Constellation". Cette même année a vu la refonte totale du site du C.D.T : www.tourismegard.com

La mise en réseau est indispensable pour accéder à une meilleure lisibilité nationale et internationale. D'ores et déjà, une douzaine d'Offices de Tourisme du Département s'est dotée de ce nouvel outil.

C'est une transformation profonde de notre approche professionnelle de la gestion de l'information touristique qui nous attend pour les années à venir.

But

Faciliter l'accès à l'information et contribuer à porter à la connaissance du plus grand nombre les richesses touristiques du Gard.

Contenu

→Alimenter, enrichir la base de données et optimiser l'organisation et la gestion de l'information touristique à l'échelle du territoire gardois.

Mise en réseau des partenaires pour l'alimentation d'une base de données unique.

→Poursuivre l'inter-relation du système gardois avec le serveur régional du CRT.

→Mettre en oeuvre des sessions de formation du personnel des Offices de Tourisme organisées en partenariat avec la FDOTSI pour une meilleure maîtrise de l'outil dans l'exercice de ses missions qui contribuera à la consolidation de l'offre locale.

Maitre d'œuvre : CDT

Bénéficiaires : Les prestataires et OT

Partenaires : FDOTSI, CRT, prestataires touristiques

Echéancier : 2010/2013

Objectif 2 • Soutenir une économie touristique durable par un plan marketing adapté

Axe 1 : Partager l'information et accompagner les initiatives

Action 2) Assistance et conseils



Constat

On note un manque de lisibilité des compétences des différentes structures œuvrant dans l'accompagnement du porteur de projet qui vit un vrai parcours du combattant.

Plusieurs organismes et structures répondent de façon parcellaire aux interrogations du porteur de projet.

But

Donner un avis technique à la demande du Conseil général sur les dossiers à caractère touristique.

Apporter conseils et assistance aux porteurs de projets touristiques.

Contenu

- Faciliter les démarches des porteurs de projets touristiques.
- Coordonner la réflexion sur les aides aux porteurs de projets.
- Réaliser un guide méthodologique gratuit pour les porteurs de projets touristiques (aides, conseils, formations...).
- Ouvrir un intranet sur le site du CDT avec liens réciproques avec les différents partenaires, et mettre en ligne une veille juridique.

Maitre d'œuvre : CDT

Bénéficiaires : Les acteurs privés et publics

Partenaires : Les regroupements professionnels, UMIH, FRHPA, AGTV, CCI, Chambre de métiers, Chambre d'agriculture, SAFER, FDOTSI, Pays, communes, intercommunalités, pôle emplois...

Echéancier : 2010/2013

Objectif 2 • Soutenir une économie touristique durable par un plan marketing adapté

Axe 1 : Partager l'information et accompagner les initiatives

Action 3) Observatoire Départemental d'Economie Touristique (O.D.E.T.)



Constat

Depuis plus de 20 ans O.D.E.T. est au service du secteur privé et public. Quel que soit le niveau et le degré d'implication, pour les porteurs de projets, les collectivités territoriales, les entreprises, sans une observation fine, on ne peut pas analyser correctement l'activité touristique.

But

Renforcer l'observation des répercussions de l'activité touristique sur l'économie locale.

Renforcer les capacités de veille pour les acteurs du tourisme privés et publics.

Suivre la mise en œuvre du schéma.

Insérer les données d'O.D.E.T. dans l'observatoire du Conseil général.

Contenu

- Poursuivre l'analyse de l'offre et de la demande touristique.
- Réactualiser les études qualitatives de l'offre.
- Renforcer les évaluations sur la fréquentation, l'impact sur l'emploi, les chiffres d'affaires générés...
- Développer la veille marketing
- Consolider nos partenariats sur les territoires.
- Valoriser et diffuser la production de l'O.D.E.T. au travers des différents supports.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : Conseil général, territoires et acteurs du tourisme, porteurs de projets, universitaires, cabinets d'études

Partenaires : CRT, INSEE, les autres Départements languedociens et limitrophes, prestataires gardois du tourisme.

Echéancier : 2010 / 2013

Axe 2 : Valoriser les atouts

Action 1) Accompagner la démarche Gard pleine nature et l'éco-tourisme



Constat

La loi a donné compétence au Conseil général pour conduire cette démarche. Le Gard est, aux dires de tous, un département d'exception, 3700 km de sentiers de randonnée gérés par le Conseil général, 3500 ha d'espaces naturels départementaux; 21 espaces naturels départementaux, et 3 Opérations Grands Sites : le Cirque de Navacelles, la Camargue, et le Pont du Gard avec les Gorges du Gardon. Au total, 30 % du territoire gardois est reconnu d'intérêt européen par la présence d'espèces ou de milieux naturels rares et menacés. Le Conseil général a mis en place un Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires (PDESI) relatif aux sports de nature valorisés dans le cadre du label Gard pleine nature.

But

Assurer une meilleure lisibilité du Gard comme destination nature de développement durable.

Préserver et améliorer durablement l'environnement.

Positionner le Gard comme destination de séjours de loisirs actifs.

Développer une gamme de prestations ludiques et familiales.

Maitre d'œuvre : CDT, Conseil général

Bénéficiaires : Pays, Syndicats mixtes

Partenaires : Conseil général, Syndicats mixtes, PNC, Fédérations sportives, Associations de protection et de valorisation de la nature, CDRP...

Echéancier : 2010 / 2013

Contenu

→Consolider une habitude de synergie de travail entre les services du Conseil général œuvrant pour le développement durable, et le CDT.

→Faire de la connaissance de ce patrimoine naturel diversifié un axe transversal de notre communication.

→Développer et organiser la mise en marché des loisirs en confortant les courts séjours.

→Faciliter la découverte des milieux naturels par la pratique des activités de pleine nature (pêche, équitation, randonnées à pied, à vélo, escalade, canoë-kayak...) en lien avec les actions liées aux loisirs et définies dans l'objectif 1.

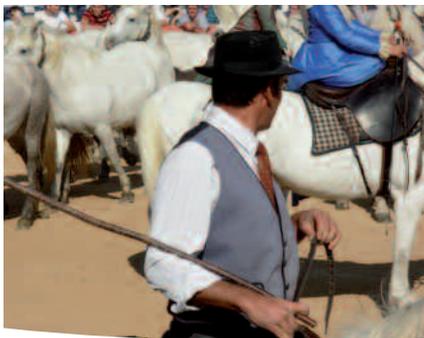
→Conforter les clientèles familles avec enfants et jeunes.

→Soutenir la mise en place de programmes pédagogiques dans les écoles en partenariat avec l'académie.

Objectif 2 • Soutenir une économie touristique durable par un plan marketing adapté

Axe 2 : Valoriser les atouts

Action 2) Soutien aux animations locales identitaires



Constat

Les animations locales autour des loisirs et des produits du terroir génèrent le développement des flux touristiques hors saison, et favorisent les démarches de circuits courts. Elles s'inscrivent dans l'initiative départementale « Gard Durable ».

On note une forte attente des acteurs participant à ces manifestations pour concrétiser un partenariat avec le CDT.

But

Valoriser l'image du département en tant qu'espace de loisirs et de découverte tout au long de l'année.

Développer la fréquentation de la clientèle de proximité et accroître les retombées économiques sur les territoires.

Fidéliser une clientèle autour d'événementiels.

Contenu

→ Prendre en compte la dimension touristique des manifestations retenues pour renforcer la notoriété du département.

→ Initier la mise en place d'un comité de pilotage avec les territoires, les filières et le Conseil général pour définir et promouvoir les manifestations prioritaires.

→ Optimiser la répartition spatiale des pratiques sur les destinations gardoises (Cévennes / FIRA ; Garrigues / Avril en Balmade ; Camargue / Saisons du terroir...).

→ Renforcer les actions de communication institutionnelle liées aux événementiels.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : les Pays, associations représentatives

Partenaires : Conseil général, chambres consulaires, fédérations sportives, associations...

Echéancier : 2010 / 2013

Objectif 2 • Soutenir une économie touristique durable par un plan marketing adapté

Axe 2 : Valoriser les atouts

Action 3) Harmoniser la documentation promotionnelle territoriale



Constat

L'économie du tourisme durable repose sur une bonne mise en réseau des territoires et des acteurs.

Le précédent schéma a donné lieu à la réalisation de guides d'accueil sur les territoires en cohérence avec la charte graphique départementale. Cet outil contribue largement à la consommation des clientèles sur le territoire. Il est complémentaire de l'offre éditoriale départementale.

But

Valoriser l'offre territoriale par une harmonisation de l'information touristique.

Contenu

→ S'assurer du respect du cahier des charges et de la ligne éditoriale par les comités de pilotage CDT/Pays.

→ Finaliser la collection départementale des guides de pays et en renforcer la diffusion.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : Les Pays

Partenaires : Les acteurs privés et publics, les Pays

Echéancier : 2010 / 2013

Axe 2 : Valoriser les atouts

Action 4) Le tourisme d'affaires et le tourisme technique



Constat

Tourisme d'affaires : le tourisme d'affaires de type congrès est une filière à part entière de l'activité touristique régionale. Le Gard n'a pas de positionnement clair et identifié sur ce créneau. Il vit dans l'ombre de Montpellier qui développe pour son propre compte cette image et qui dispose d'une offre de grande capacité adaptée.

Tourisme technique : La demande vers un tourisme de découverte est en augmentation tant par une clientèle d'individuels que par une clientèle de groupes.

Le Gard propose à la fois des entreprises de productions ouvertes à la visite touristique et des sites de visites qui traitent de thématiques industrielles ou artisanales.

But

- Positionner une offre de tourisme d'affaires de type séminaires avec activités ludiques pour générer des retombées économiques.
- Développer les visites liées au tourisme technique.

Contenu

- Poursuite du travail collectif engagé dans le cadre de la Conférence Economique Départementale pour développer la notoriété du Gard et améliorer l'exploitation économique de la filière.
- Enrichir l'offre existante de l'activité séminaire des infrastructures d'hébergement et de restauration par des activités culturelles et sportives d'accompagnement.
- Fédérer les acteurs du tourisme, de la culture et du patrimoine dans le cadre du tourisme d'affaires.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : Les prestataires

Partenaires : Conseil général, Offices de tourisme, Pays, CCI, CRT, syndicats professionnels, chambre de métiers, chambre d'agriculture.

Echéancier : 2010 / 2013

Objectif 3 Mise en œuvre d'une nouvelle gouvernance

La transversalité de l'économie touristique et son interdépendance avec les autres secteurs de production en font un facteur réel du développement durable. Par ailleurs, la qualité de l'environnement, la préservation des ressources, la rencontre avec les populations locales, sont autant de nouvelles attentes que les clientèles expriment et qui sont en osmose avec les principes du développement durable.

Face à ce double constat, la nécessité de s'appuyer sur une « gouvernance » et des règles collectives partagées apparaît comme incontournable pour piloter ce choix de développement.

Lors du précédent schéma, les partenariats engagés entre le CDT et les différents acteurs de l'économie touristique gardoise ont largement préfiguré la mise en œuvre d'une gouvernance durable du tourisme départemental. Ainsi, en conventionnant dès 2004 avec les pôles touristiques, le CDT a exprimé sa volonté d'instituer un mode de développement fondé sur des approches partagées et participatives en contribuant à la mise en route de projets organisés autour de la mutualisation des moyens entre le niveau local et le niveau départemental.

Pour soutenir les valeurs d'un développement touristique durable, le CDT entend s'appuyer sur :

→ Un renforcement du partenariat entre les territoires gardois, le Département, et les acteurs régionaux du tourisme.

→ Une restructuration de l'organisation touristique départementale pour renforcer la participation des acteurs du tourisme autour du CDT et du Conseil général.

Action 1 Accompagner l'animation et l'ingénierie touristique des territoires gardois

Action 2 Mise en place d'une Agence de Développement Touristique

Action 3 Appui à la coopération décentralisée sur le développement du tourisme solidaire

Action 4 La professionnalisation des acteurs

Action 5 Le plan départemental de signalétique touristique

Action 6 Soutien au label *Tourisme & Handicap*

Action 7 La communication institutionnelle

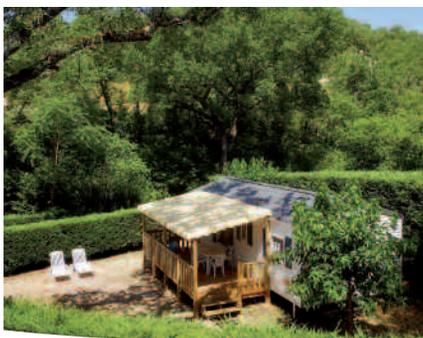
Action 8 Les Offices de Tourisme du Gard

Action 9 Evaluation du Schéma Départemental de l'Economie du Tourisme et des Loisirs

tourisme & handicap

signalétique

Action 1) Accompagner l'animation et l'ingénierie touristique des territoires gardois



Constat

Dès 2004, pour répondre aux attentes des territoires gardois, organisés en intercommunalités et pour conduire un aménagement équilibré sur l'ensemble du Gard, le CDT a mis à la disposition de chaque pôle touristique un agent de développement chargé d'accompagner les projets locaux. En adéquation avec la politique départementale de développement durable, le CDT accompagne la dynamique des Pays avec le même principe de partenariat.

But

Accompagner le développement des territoires gardois par un apport en ingénierie auprès des acteurs publics et privés du tourisme.

Contenu

- Poursuivre la politique contractuelle entre les territoires et le CDT.
- Reconduire la mise à disposition par Pays d'agents chargés de l'animation et du développement touristique.
- Accompagner avec ces mêmes agents les porteurs de projets des autres territoires organisés, notamment les communautés de communes.

Maitre d'œuvre : CDT

Bénéficiaires : Les Pays et les territoires organisés

Partenaires : Conseil général, Conseil régional, les Pays et territoires organisés.

Echéancier : 2010/2013

Action 2) Mise en place d'une Agence de Développement Touristique



Constat

Les nouveaux projets en matière d'organisation des territoires évoqués dans le rapport Balladur, et dans la loi sur le développement et la modernisation des services touristiques rendent nécessaire l'évolution de la structure juridique et organisationnelle du CDT pour que l'échelon départemental s'intègre dans les futures logiques territoriales de manière incontournable.

But

Optimiser les missions du CDT pour mieux fédérer les acteurs.
Générer de nouvelles retombées économiques.
Privilégier la proximité avec les acteurs locaux du tourisme.
Améliorer la lisibilité de la politique touristique départementale.

Contenu

→ Définir et créer une Agence de Développement Touristique par le CDT et ses partenaires.
Cette nouvelle organisation, expression directe d'une volonté d'accompagner un développement du tourisme durable, s'organisera autour de 2 pôles : le pôle ingénierie territoriale et développement et le pôle ingénierie touristique marketing et communication.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : Acteurs publics et privés

Partenaires : Conseil général, FDOTSI, Pays, syndicats professionnels, AGFTVG, chambres consulaires,...

Echéancier : 2010

Action 3) Appui à la coopération décentralisée sur le développement du tourisme solidaire



Constat

Le CDT, dans sa volonté d'accompagner un tourisme durable, a été sollicité à plusieurs reprises pour participer à des démarches liées au tourisme solidaire avec des pays tiers, notamment avec l'Afrique Noire, le Maghreb et les pays francophones de l'Océan Indien.

But

Participer à une solidarité internationale en valorisant le savoir faire du CDT en matière d'accompagnement d'acteurs et d'expertises auprès de territoires partenaires, dans le respect des pays demandeurs.

Contenu

- Consolider et développer les partenariats existants.
- Renforcer la démarche en s'appuyant sur les expériences locales initiées dans le cadre des Pays du Gard dans la perspective d'échange de savoir-faire.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : Les pays ciblés par le Conseil général

Partenaires : Conseil général, les Pays, ministère de la coopération, O.M.T, les territoires des pays tiers.

Echéancier : 2010 / 2013

Action 4) Accompagner la professionnalisation des acteurs



Constat

La réussite des projets collectifs portés par les territoires passe par le développement de la professionnalisation des acteurs. Dans le précédent schéma le CDT a accompagné une vingtaine de programmes de formation/action ou de formation/développement.

But

Animer les territoires gardois, encourager les échanges et démarches collectives entre les prestataires. Renforcer et professionnaliser les acteurs dans le respect des compétences de chacun.

Contenu

- Poursuivre cette action d'appui afin d'optimiser les programmes de développement touristique des Pays et d'accompagner le plan marketing du CDT.
- Soutenir les programmes de professionnalisation des acteurs par filière.
- Enrichir l'espace dédié aux professionnels du site internet du CDT.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : les prestataires

Partenaires : Les Pays, FDOTSI, les fédérations professionnelles, AGFTVG, les chambres consulaires, le PNC, intercommunalités

Echéancier : 2010 / 2013

Action 5) Le plan départemental de signalétique touristique



Constat

Ce projet était déjà inscrit dans le précédent schéma. En 2008, la Conférence de Développement Economique du Conseil général a permis la mise en place d'un comité de pilotage dédié à la signalétique touristique qui a accompagné l'étude de faisabilité.

But

Favoriser la découverte des territoires, faciliter l'itinérance et augmenter la fréquentation des sites et équipements touristiques.

Contenu

- Mettre en œuvre le règlement d'intervention.
- Mettre en place le plan de signalétique touristique des sites patrimoniaux et économiques.

Maitre d'œuvre : Conseil général

Bénéficiaires : Les territoires et prestataires

Partenaires : CDT, les Pays

Echéancier : 2010 / 2013

Action 6) Soutien au label Tourisme & Handicap



Constat

Le Gard détient au niveau national une position leader par le nombre d'équipements touristiques labellisés.

Le précédent schéma a vu le nombre d'équipements labellisés passer de 70 à 170.

But

Proposer une offre touristique qualifiée et adaptée aux personnes en situation de handicap.

Faire du département du Gard une destination accessible à tous.

Offrir une gamme de produits adaptés, incluant l'hébergement, l'animation et les activités culturelles et de loisirs.

Contenu

→ Développer l'animation et la sensibilisation des prestataires à l'accueil des personnes en situation de handicap au regard de l'application de la loi à l'horizon 2015.

→ Étendre la labellisation des structures touristiques pour conserver la position leader du département.

→ Travailler sur une véritable mise en marché (stock de produits suffisamment important) à la fois sur le plan départemental et en liaison avec les territoires.

→ Renforcer l'équipe d'animation et repenser le partenariat avec les acteurs territoriaux, les filières et les associations.

→ Apporter plus de cohérence et de complémentarité aux produits Tourisme & Handicap.

→ Maintenir l'aide bonifiée par le Conseil général sur la base des critères d'attribution.

Maitre d'œuvre : CDT/Conseil général

Bénéficiaires : Les prestataires

Partenaires : Conseil général, socioprofessionnels, maison départementale des personnes handicapées et associations, les Pays, FDOTSI

Echéancier : 2010 / 2013

Action 7) La communication institutionnelle



Constat

La communication institutionnelle du CDT contribue à la formalisation de l'ensemble de la politique touristique partenariale définie par le schéma.

But

Accroître la lisibilité des actions menées par le Département par une communication efficace.

Motiver l'adhésion des acteurs et territoires à une communication « Gard ».

Contenu

→ Optimiser l'ensemble des actions conduites par la création d'un nouveau mode opératoire au travers d'un comité de pilotage animé par le Conseil général, le Comité Départemental du Tourisme, et les Pays.

→ Renforcer l'image touristique du Gard par l'accompagnement de manifestations emblématiques.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : Département du Gard, les territoires et prestataires.

Partenaires : Le Conseil général et les Pays

Echéancier : 2010 / 2013

Action 8) Les Offices de Tourisme du Gard



Constat

Les Offices de Tourisme ont vu leur rôle modifié avec la répartition des nouvelles compétences territoriales.

But

Assurer une meilleure lisibilité de notre destination touristique pour les visiteurs, et gagner en efficacité et en qualité pour les prestataires touristiques gardois.

Accompagner la mutation des Offices de Tourisme gardois.

Contenu

- Revaloriser la mission des Offices de Tourisme, en favorisant les partenariats et les regroupements.
- Aider à la requalification des actions fondamentales des Offices de Tourisme. Une attention particulière sera portée pour impulser la démarche Qualité Sud de France sur les filières et les produits.
- Accompagner les O.T. dans la mise à jour de la base de données touristiques pour enrichir le site départemental du CDT.

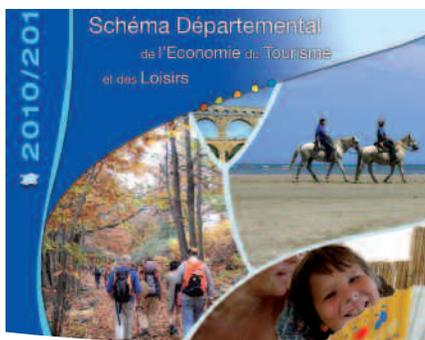
Maitre d'œuvre : FDOTSI

Bénéficiaires : Offices de Tourisme

Partenaires : CDT, Chambres consulaires, fédérations professionnelles

Echéancier : 2010 / 2013

Action 9) Evaluation du Schéma Départemental de l'Economie du Tourisme et des Loisirs



Constat

Le cabinet K.P.M.G a accompagné le CDT dans le suivi et l'évaluation du schéma précédent.

But

Garantir le bon usage des fonds publics par une veille permanente et permettre un ajustement des politiques publiques en cas de besoin.

Tenir compte de la dimension durable des actions.

Contenu

→ Mettre en place une méthodologie d'évaluation et d'outils de suivi des actions retenues dans le schéma, avec l'aide d'un cabinet d'étude et de chercheurs universitaires, en association avec les territoires gardois.

→ Appliquer si nécessaire des mesures correctives.

Maitre d'œuvre : C.D.T.

Bénéficiaires : les acteurs du tourisme

Partenaires : Conseil général, les Pays

Echéancier : 2010 / 2013

Remerciements aux acteurs du tourisme ayant participé aux réunions territoriales

AFFORTIT Lucien
 AIRAL William
 AIT MOULTOUB Louis
 ALLEMAND Liliane
 ANDRE Renaud
 ARNOUX Chantal
 ARNOUX Patrick
 AUDIBERT Jean
 AUGIAS Frédéric
 AUGUGLIORO Michel
 Ayme Maryse

BAKALEM Daniel
 BALEMBAS Muriel
 BAYLE Régis
 BELDA Magali
 BERARD Patricia
 BERBERIAN Coralie
 BERNARDET Gislaine
 BERTHOMIER Emmanuelle
 BEUCHER Alain
 BLACHAS Maurice
 BOETTO Karine
 BONNEFOND Martial
 BORNE-VALLAT Claudine
 BOSCH Mathieu
 BOUDET Jacques
 BOUGUIN-VILLIERS Lila
 BOUQUET Christophe
 BOURG RUIS Antoine
 BOURGADE Mary
 BOURG-RILLES Antoine
 BOURRET Annette
 BOUTON Patrick
 BOUYALA Christophe
 BRABANT Bernard
 BREMOND Mireille
 BROQUIN Emmanuelle
 BUISSON André

CADILHAC Christiane
 CANAYER Roland
 CARLE Lydie
 CARRE Noëlle
 CAUQUIL Roger
 CAZIN Anne
 CERENE Sylvain
 CERRET Michel
 CESPEDES Gabrielle

Conseiller Général Président délégué du CDT
 Propriétaire
 Représentant
 Vice-Présidente
 Président
 Apicultrice
 Apiculteur
 Développement Economique
 Gérant
 Vice-Président
 Loueur

Maire
 Présidente
 Vice-Président
 Responsable service tourisme
 Conseillère municipale
 Responsable
 Directrice
 Animatrice Territoriale
 Agriculteur
 Président
 Conseillère tourisme
 Maire
 Responsable
 Responsable
 Président
 Chargée de mission tourisme
 Co-gérant
 Trésorier
 Adjointe tourisme
 Trésorier
 Directrice
 Conseiller général
 Gérant
 Directeur
 Animatrice territoriale
 Chargée de mission
 Président

Présidente
 Président
 Directrice Gîtes
 Responsable marketing
 Adjoint
 Directrice
 Exploitant agricole
 Adjoint
 Représentante

Comité Départemental du Tourisme
 Chambres d'hôtes
 Ecole des mines d'Alès
 Pôle touristique Piémont Cévenol
 Com. Com Leins Gardonnenque
 Les Ruchers de l'Uzège
 Les Ruchers de l'Uzège
 Nîmes Métropole
 Vaunage Passion Vélos
 Com. Com. Hautes Cévennes
 Vers-Pont-Gard

Mairie Montclus
 O.T Mont Aigoual Lozère
 Com. Com. Cévennes Méridionales
 Com. Com. Rhôny Vistre Vidourle
 Mairie Cornillon
 Syndicat des Vignerons de Signargues
 O.T Rhône Cèze Languedoc
 Comité Départemental du Tourisme
 E.A.R.L La Bergerie à Blandas
 O.T Saint-Gilles
 O.T Villeneuve- lez- avignon
 Mairie Goudargues
 C.F.P.P.A du Gard
 Comité Départemental de Cyclotourisme
 Com. Com. Mont Bouquet
 Pays Garrigues et Costières de Nîmes
 Grotte de la Cocalière
 Comité Départemental de Cyclotourisme
 Mairie Nîmes
 Comité Départemental de Cyclotourisme
 O.T Allègre-les-Fumades
 Conseil Général 30
 Camping Moulin Neuf
 Fédération Unies des Auberges de Jeunes
 Comité Départemental du Tourisme
 C.D.T / F.I.R.A
 Partageons la route en Cévennes
 O.T Cévennes Actives
 Com. Com. Pays Viganais
 La Coconièrre
 Le Visiatome
 Comité Départemental de Canôe Kayak
 Pays Aigoual Cévennes Vidourle
 Les Claux de Tourettes
 Mairie Saint Hippolyte du Fort
 F.L.H.P.A

Remerciements aux acteurs du tourisme ayant participé aux réunions territoriales

CESPEDES Gabrielle
CHANUS Sabine
CHARAVEL Josette
CHARTIER Marie-Pierre
CHAUME Isabelle
CHAUVET Jacques
CHENAUD Sébastien
CHINIEU Gilles
COFOPE Danielle
COLADON Gilles
COSTA Michel
COUDERC Véronique
COUZIGOU Michael
CRESPON THERISSON

DAVID Elsa
DAVID Rolande
DE FREMONT Philippe
DE MARIN Hélène
DE RIVIERE Xavier
DEBOUDRINGHIEN Laurent
DELANNOY Martial
DELERVE Gilles
DELORS Martin
DESMARIS France
DOMANGE Xavier
DOUMBIA Isabelle
DOUMENS Yvette
DRAPPIER Emmanuel
DULAS André
DUMAS Christine
DUPRE Stéphane
DUPUY Chantal
DUZER Roman

ESCOFFIER Michel
ESPOSIDDO Frédéric
ETIENNE Nathalie
EUGENE Pascale

FAIDHERBE Florence
FAIDHERBE Louis
FEYBESSE Stéphanie
FONTAINE Marie-Josée
FOSTER John
FOSTER Lyane
FOURNIER Etienne
FOURNIER Eugénie

Présidente
Chargée de mission
Adjointe tourisme
Directrice
Chef de service tourisme
Gérant
Adjoint maire
Responsable Communication
Secrétaire
Président
Président
Animatrice Territoriale
Directeur

Conseillère tourisme
Conseillère municipale
Elu C.C.I
Adjointe maire
Directeur
Adjoint tourisme
Vice-Président
Agence Développement Territoriale
Conseiller général / Président
Exploitante
Président
Conseillère séjour
Présidente
Adjoint
Gérant
Directrice
Président
Chef de projet
Chargé d'études

Maire
Directeur
Animatrice Territoriale
Service tourisme

Directrice
Représentant
Directrice
Propriétaire
Propriétaire
Propriétaire
Accompagnateur en montagne
Chargée de communication

O.T Saint Ambroix
O.T Vauvert et petite Camargue
Mairie Saint Laurent des Arbres
Domaine Equestre Maruejols
Conseil général 30
Wind Surf Park Base nautique
Mairie Génolhac
Vignerons Laudun Chusclan
Association C.C.A
Comité Départemental de Tourisme Equestre
Musée de la Soie
Comité Départemental du Tourisme
Culture Espaces

Mairie Saint Privat de Champclos
Mairie Saint Hippolyte du Fort
Sommières - Propriétaire gîtes Clévacances
Mairie Sommières
Pays Garrigues et Costières de Nîmes
Mairie Uzès
Association Partageons la route en Cévennes
Hérault
Conseil général 30 / Com. Com Aigoual
Centre tourisme Equestre Goudargues
Uzès Vélo Club
Maison municipal du tourisme St Laurent d'Aigouze
F.D.O.T.S.I. et O.T Uzès
Grottes de Trabuc
Villa Thébaïde Laudun
Maison de la Garrigue et des Terroirs Marguerittes
Association Ecotourisme Lozère
Conseil Général 30
S.E.G.A.R.D

Mairie Brignon
Développement Economique Nîmes Métropole
Comité Départemental du Tourisme
Com. Com. Pays Grand Combien

Camping en Cévennes
Com. Com. Gangeoises et Suménoises
Alès Myriapolis
Gîtes Clévacances
Camping le Mas de Mourgues
Camping le Mas de Mourgues
Cognac
Fédération Pêche et protection Gard

Remerciements aux acteurs du tourisme ayant participé aux réunions territoriales

GAS Alain
GENNEY Patrick
GERVAIS Marie
GILHODEZ Thierry
GILLY CORRE Catherine
GONDARD Christiane
GOUDAL Georges
GRILLER Danielle
GROSSELIN Jean-Jacques
GUYOT Katy

HAEGELI Amandine
HESSE Jean-Claude
HIDEUX Frédéric
HOUVET Bernard
HUTTEAU Valérie

JULUAND
LACANAL Françoise
LAFoux Geneviève
LAUPIES Francis
LAVEFVE Marie-Pierre
LE SAGERE Catherine
LEFEBVRE Maryvonne
LEQUERTIER Dominique
LOUP Pierre
LUDWIG Christian

MAATOUG Abdelhak
MARTIN Véronique
MAS Véronique
MATHIEU Fabienne
MENVIEL Rémy
MERMIER Marie-Pierre
MONTAGNANI Corinne
MONTEIL Corinne
MOURETON Yves

NABOT BILLY

PAGNOTTE BRIEL Anne
PARAMOR Mike
PARAYRE-PURSEIGNE Valérie
PELLISSIER Laurent
PEPIN Jacques
PERRROT Laurence
PETIT Edouard
PIREAU Bernard
PLATON Frédéric
PONS Laurent

Vice-Président
Administrateur
Chargée de mission
Délégué régional
Responsable accueil
Vice-Présidente
Responsable
Propriétaire exploitant
Vice-président
Directrice

Stagiaire Développement touristique
Secrétaire
Directeur
Président
Conseillère tourisme

Délégué

Coordinatrice de territoire
Directrice
Président
Chargée mission tourisme
Coordinatrice
Directrice
Gérante
Technicien tourisme
Café de Pays

Animateur Territorial
Adjointe au maire
Directrice
Présidente
Conseiller général
Assistante technique
Conseillère séjour
Responsable
Etudiant

Propriétaire

Chargée de mission tourisme
Délégué
Directrice
Directeur
Maire
Responsable
Vice-président
Membre
Maire
Conseiller Général

Com. Com. Lédignan
O.T Pont-du-Gard
Mairie Nîmes
Société d'Encouragement aux Métiers d'Art
La Chartreuse de Villeneuve-lez-Avignon
O.T Bagnols/Cèze Pont St Esprit
Association Balade en calèche
Péniche Le Pescalune
Com. Com. Vivre en Cévennes
Pays Vidourle Camargue

Com. Com Valcézard
Comité Départemental de Cyclotourisme
O.T Ganges - Sumène
O.T Saint- Laurent des Arbres
C.C.I Nîmes

F.R.H.P.A

Conseil général 30
Les Poneys du Val d'Emeraude
O.T Alès
Conseil général 30
Conseil général 30
O.T Nîmes
Gard Escapades Camprieu
Com. Com. Rhôny Vistre Vidourle
Bar des Sports

Comité Départemental du Tourisme
Mairie Calvisson
Ass. Gîtes de France Tourisme vert Gard
O.T Sommières
Conseil général 30
Ass. Gîtes de France Tourisme vert du Gard
O.T Coutach Vidourle
Musée Haribo
Œnologie et tourisme

Chambres d'hôtes

C.C.I Nîmes
Pays Uzège Pont-du-Gard
O.T Saint-Gilles
O.T Grau du Roi- Port Camargue
Sainte Cécile d'Andorge
O.T Valcézard
Pays Uzège Pont-du-Gard
O.T La Grand Combe
Mairie Saint-Dezery
Com. Com. Pays Viganais

Remerciements aux acteurs du tourisme ayant participé aux réunions territoriales

PORTAL William
PRUGNON Jean

RABIER Jean-Pierre
RAMAIN Jacques
RAOUX Bernard
REGIENE Gilles
REY Bernard
REYMONDON Jacques
REYNAUD Guillaume

REZZA Claude
RIEU Francine
ROBLES Albert
ROSIER DUFOND Jacques
ROSSO Léopold
ROUSTAN Max

SAINT-PIERRE Stéphane
SALLEY Valérie
SALOM Gabriele
SANS Jany
SCHOR Emmanuel
SEGUIN William
SIMEONI Chantal
SPIELMANN Marion

TERMOZ Jean-Clément
THERON José
TOULLEC Jacques

VIALA Guy
VIDAL Eric
VIDAL Thomas
VIELSUS Christophe
VIELZEUF Michel
VIGNE Marielle
VILLESSOT Stéphanie
AUBANEL Cyril
VINCENT Marlène
VINCENT Roland
VINOT Chantal

WACQUIEZ Maïté

Conseiller général / Président
Directeur

Vice-Président
Gérant
Vice-Président
Gérant
Adjoint
Directeur
Secrétaire général
Directeur
Maire
Vice-Président
Président
Président
Maire Député

Directeur
Responsable
Directrice
Présidente
Maire
Maire
Vice-Présidente tourisme
Animatrice Territoriale

Vice-président
F.H.P.A.L.R
Gérant

Directeur
Vice-Président
Conseiller général
Représentant
Responsable Accueil
Coordinatrice
Responsable pôle tourisme
Animateur Territoriale
Gérante
Maire
Maire

Responsable

Pays Garrigues et Costières de Nîmes
Belambra Le Vidourle

O.T Anduze
Hôtel Mas des Sables
Com. Com. Pays de Cèze
Camping "Les Chênes" Junas
Mairie Méjannes-le-Clap
Pôle développement éco-tourisme
Syndicat des Vignerons de Signargues
Comité Départemental du Tourisme
Mairie Tornac
F.D. des Foyers Ruraux du Gard
O.T.S.I Grau du Roi- Port Camargue
Com. Com. Terre de Camargue
Mairie Alès

Nicaya conseil
C.C.I Nîmes
O.T. Pays de Sommières
Com. Com. Vivre en Cévennes
Mairie Cruviers-Lascours
Com. Com. Coutach Vidourle
Com. Com Grand Lussan
Comité Départemental du Tourisme

Pays Uzège Pont-du-Gard
Camping La Grenouille Goudargues
Hôtel Canal Aigues-Mortes

La Bouscarasse. Serviers
Pays Vallée du Vidourle
Conseil général 30
Ecole des mines d'Alès
Comité Départemental du Tourisme
Foyers Ruraux du Gard
C.C.I Alès
Comité Départemental du Tourisme
Les marets d'Aiguèze
Mairie Aiguèze
Mairie Méjannes-le-Clap

O.T Cévennes Garrigues



"le Gard, un caractère affirmé"

Comité Départemental du Tourisme du Gard

3 rue Cité Foulc, BP 122 - 30010 Nîmes cedex 4

Tél. : + 33 (0)4 66 36 96 30 - Fax : + 33 (0)4 66 36 13 14

Mail : contact@tourismegard.com

www.tourismegard.com

On a tous
envie
de **GARD**

