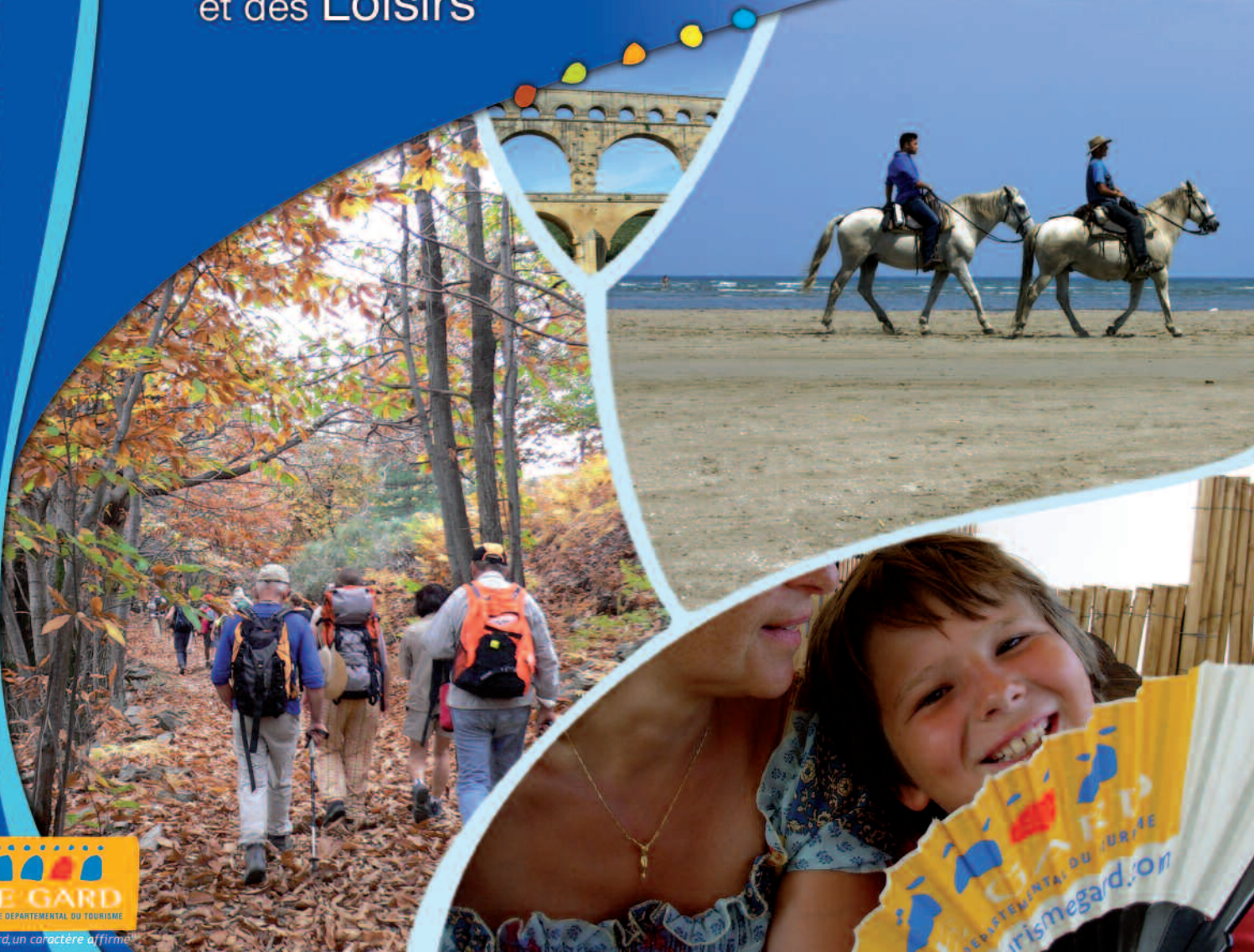


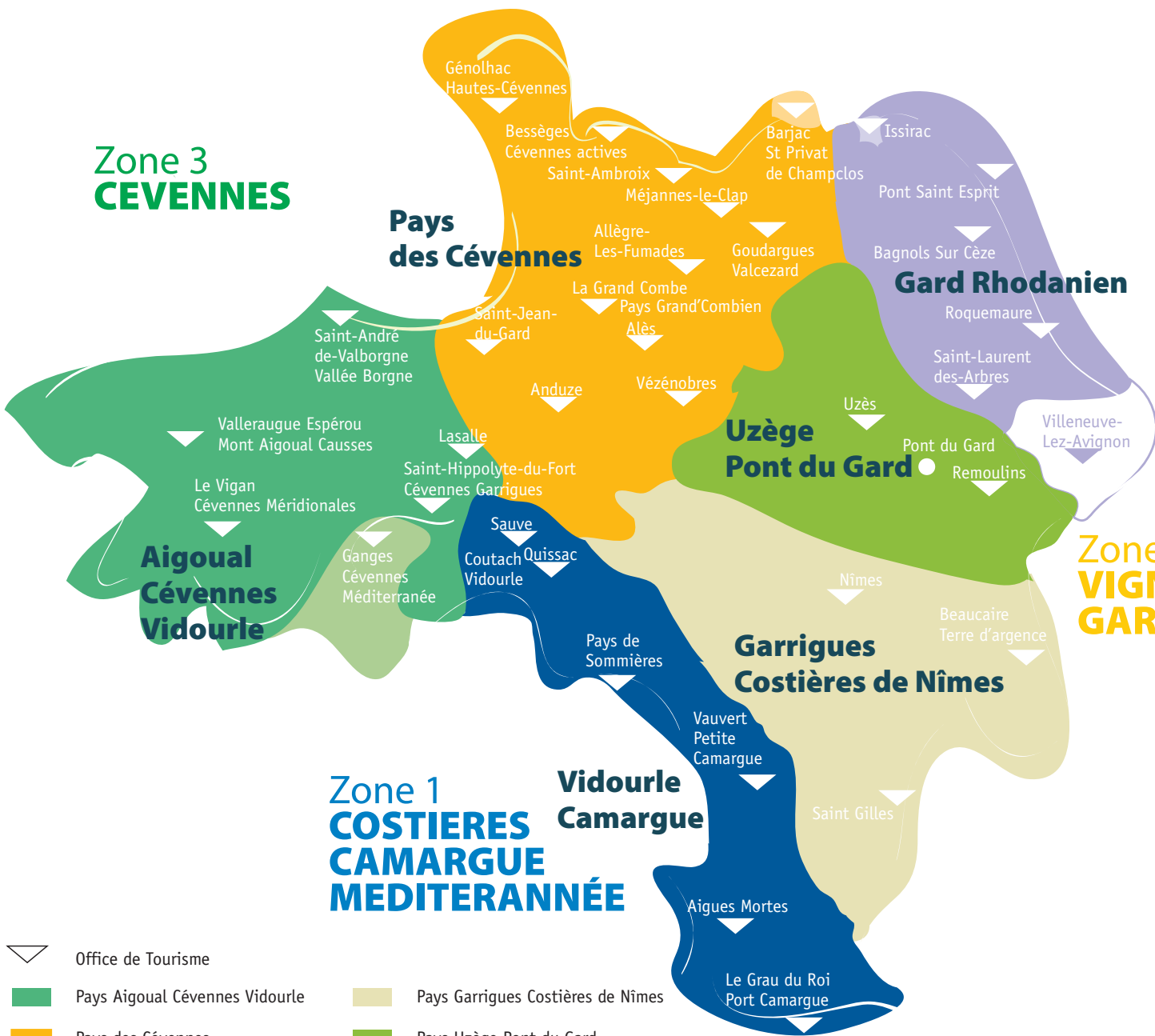
on a tous envie de GARD

# Schéma Départemental de l'Economie du Tourisme et des Loisirs

2010/2013



## Zone 3 CEVENNES



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

Génolhac  
Hautes-Cévennes

Bessèges  
Cévennes actives

Saint-Ambroix  
Méjannes-le-Clap

Barjac  
St Privat  
de Champclos

Issirac

Pont Saint Esprit

Allègre-  
Les-Fumades

Goudargues  
Valcezard

Bagnols Sur Cèze

La Grand Combe  
Pays Grand'Combien

**Gard Rhodanien**

Roquemaure

Saint-André  
de-Valborgne  
Vallée Borgne

Saint-Jean-  
du-Gard

Anduze

Vézénobres

Uzès

Villeneuve-  
Lez-Avignon

Valleraugue Espérou  
Mont Aigoual Causses

Lasalle

**Uzège  
Pont du Gard**

Pont du Gard

Remoulins

Le Vigan  
Cévennes Méridionales

Saint-Hippolyte-du-Fort  
Cévennes Garrigues

**Aigoual  
Cévennes  
Vidourle**

Ganges  
Cévennes  
Méditerranée

Sauve

Coutach Quissac  
Vidourle

Nîmes

**Zone 2  
VIGNES ET  
GARRIGUES**

Beaucaire  
Terre d'argence

Pays de  
Sommières

**Garrigues  
Costières de Nîmes**

Vauvert  
Petite  
Camargue

Saint Gilles

**Vidourle  
Camargue**

Aigues Mortes

Le Grau du Roi  
Port Camargue

## Préambule

**P**ar 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

<b>OBJECTIF 2 - SOUTENIR UNE ECONOMIE TOURISTIQUE DURABLE PAR UN PLAN MARKETING ADAPTÉ .....</b>	<b>34</b>
<b>Axe 1 - Partager l'information et accompagner les initiatives.....</b>	<b>35</b>
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
<b>Axe 2 - Valoriser les atouts.....</b>	<b>38</b>
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
<b>OBJECTIF 3 - MISE EN ŒUVRE D'UNE NOUVELLE GOUVERNANCE .....</b>	<b>42</b>
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
<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>52</b>

## 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'Equipement 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<sup>e</sup> 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.

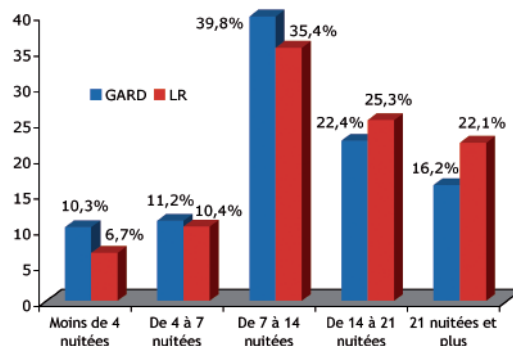
**C'est la diversité de l'environnement et sa qualité qui sont déclarées prioritairement attrayantes par la clientèle touristique.**

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).

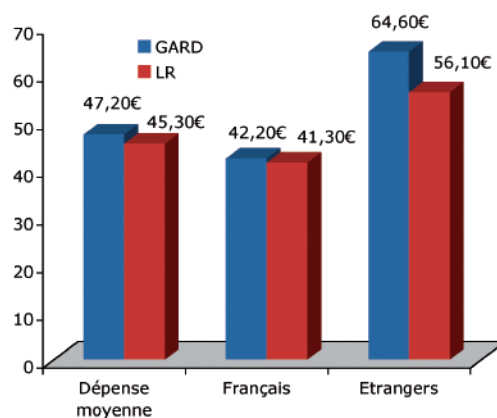
La richesse de l'offre en visites de sites et monuments repose sur sa grande qualité, sur sa diversité, mais aussi sur sa renommée internationale. Ainsi le Gard est un des départements français qui connaît la plus importante fréquentation touristique avec plus de 5 millions de visiteurs par an.

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<sup>e</sup> 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
<b>Total</b>	<b>11 424</b>	<b>56 826</b>	<b>7 247</b>	<b>5 698</b>	<b>11 413</b>	<b>92 608</b>	<b>100</b>
<b>%</b>	<b>12</b>	<b>62</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	

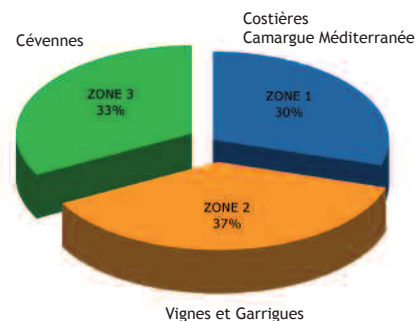
ZONE 1 : COSTIERES CAMARGUE MEDITERRANEE ; ZONE 2 : VIGNES ET GARRIGUES ; ZONE 3 : CEVENNES.

#### 3 zones géo-touristiques composent le département du Gard.

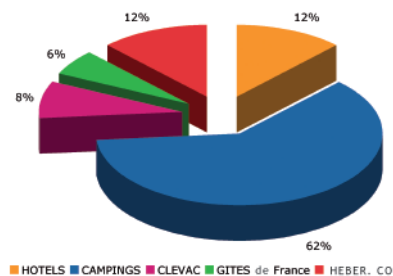
Au sud, ouverte sur la Méditerranée, la zone *Costières Camargue Méditerranée*, au centre, la zone *Vignes et Garrigues* et au nord, le territoire *Cévennes*. La capacité d'hébergement se répartit harmonieusement entre ces trois destinations, chacune oscillant autour du tiers de l'offre départementale. 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.

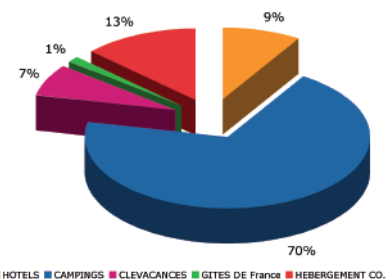
## 2.2 - Nombre d'équipements

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.

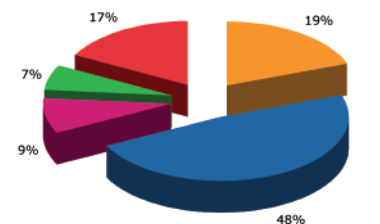
Comparativement avec les deux autres secteurs géo-touristiques, c'est sur la zone 2 *Vignes et Garrigues* que la proportion de lits en hôtellerie de plein air est la plus faible avec 30% de l'offre globale. Cette zone rassemble la plus grande capacité en lits hôteliers : 60% des lits hôteliers du Gard,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

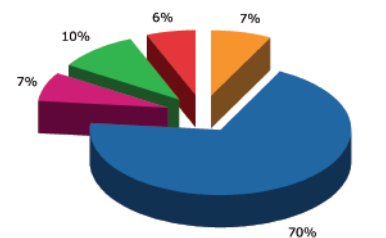
HEBERGEMENTS	Lits	Equipements	Moyenne Lits/Equipement
HOTELS	11 424	244	47
CAMPINGS	56 826	173	328
CLEVACANCES	7 247	1 775	4
GITES de France	5 698	1 116	5
HEBERG. COL.	11 413	75	152
TOTAUX	92 608	3 383	



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.

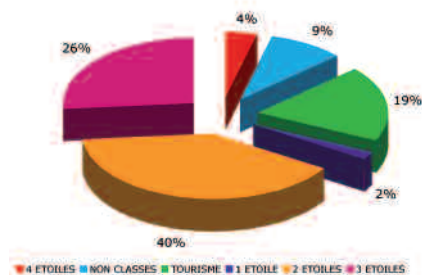
## 2.4 - Répartition de la capacité d'hébergement par type d'hébergement

### 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.

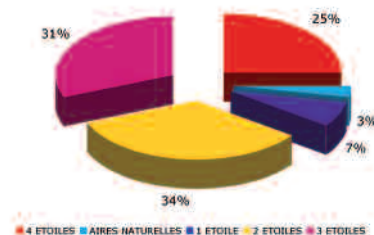
### b) Campings

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

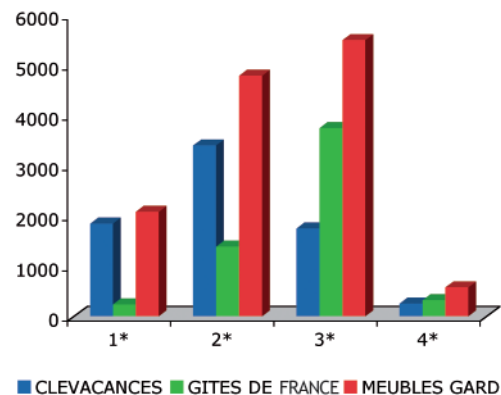
Sur les 5 dernières années, on observe que les efforts de sensibilisation auprès des propriétaires, à monter en gamme, portent leurs fruits.

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.

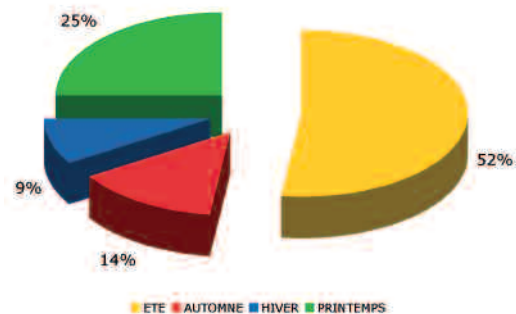
Pour les Clévacances, 1 équipement sur 2 est classé en 2 clés. On enregistre autant de lits en 1 clé qu'en 3 clés.

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

## 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.

**Maitre d'œuvre :** CDT/Conseil général

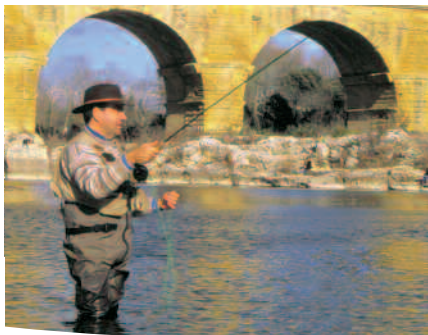
**Bénéficiaires :** Pays, intercommunalités, fédérations départementales et associations sportives.

**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](http://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 Balade ; 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.

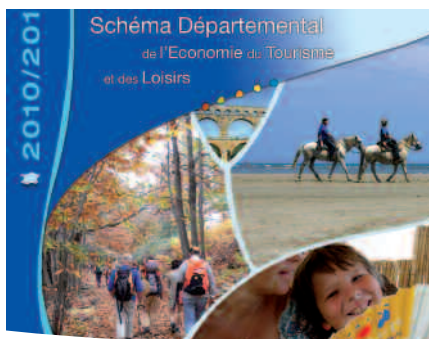
**Maitre d'œuvre :** FDOTSI

**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

**A**FFORTIT Lucien  
AIRAL William  
AIT MOULTOUB Louis  
ALLEMAND Liliane  
ANDRE Renaud  
ARNOUX Chantal  
ARNOUX Patrick  
AUDIBERT Jean  
AUGIAS Frédéric  
AUGUGLIORO Michel  
AYME Maryse

**B**AKALEM 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  
BOSC 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

**C**ADILHAC 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

**D**AVID 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

**E**SCOFFIER Michel  
ESPOSIDDO Frédéric  
ETIENNE Nathalie  
EUGENE Pascale

**F**AIDHERBE 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

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

**H**AEGELI Amandine  
HESSE Jean-Claude  
HIDEUX Frédéric  
HOUVET Bernard  
HUTTEAU Valérie

**J**ULUAND  
**L**ACANAL Françoise  
LAFoux Geneviève  
LAUPIES Francis  
LAVEFVE Marie-Pierre  
LE SAGERE Catherine  
LEFEBVRE Maryvonne  
LEQUERTIER Dominique  
LOUP Pierre  
LUDWIG Christian

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

**N**ABOT BILLY

**P**AGNOTTE 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

**R**ABIER 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

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

**T**ERMOZ Jean-Clément  
THERON José  
TOULLEC Jacques

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

**W**ACQUIEZ 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](mailto:contact@tourismegard.com)

[www.tourismegard.com](http://www.tourismegard.com)

On a tous  
envie  
de **GARD**

