

Parc naturel régional Livradois-Forez

TOURISME

Panorama et perspectives



l'Auvergne, côté soleil levant

PANORAMA du tourisme en Livradois-Forez

En un clin d'œil

75 300

lits touristiques

dont :

- 14 600 lits en hébergement marchand
- 60 700 lits en résidences secondaires

Plus de

1 400

prestataires touristiques

10 %

**d'acteurs touristiques
impliqués dans un réseau
à l'échelle du Parc**

REPÈRES

	Habitants	Superficie (ha)	Densité (h/km ²)
Livradois-Forez	98 836	284 816	35
Auvergne	1 343 964	2 601 300	52

Près de

3 000 000

de nuitées

dont :

- 700 000 nuitées en hébergement marchand
- 2,3 millions de nuitées en hébergement non marchand

115 millions d'euros

de retombées économiques

dont :

- 70 % en hébergement non marchand
- 30 % en hébergement marchand

1 000

emplois salariés

PIB du tourisme

7-8 %

Taux de fidélisation
des clientèles

48 %

Origine des clientèles

94 %

de clients français

Préambule

Un peu d'histoire...

Malgré la richesse et l'originalité de son patrimoine, le Livradois-Forez est resté en marge des grands flux touristiques de l'Auvergne volcanique et thermale. Après quelques florissantes années de villégiatures, de thermalisme (La Soucheyre, Arlanc) à la fin du XIX^e siècle et de « climatisme », l'activité touristique est restée concentrée le long de l'axe Vichy – Le Puy grâce à trois initiatives qui sont devenues des fleurons du tourisme en Auvergne : Le Moulin Richard de Bas, créé en 1943 par Marius Péraudeau ; la Maison de la Coutellerie créée en 1982 ; l'Abbaye et le Festival de La Chaise-Dieu, haut-lieu du tourisme culturel de réputation internationale.

Quatre pôles touristiques à la recherche d'un nouveau souffle

En complément d'un tourisme diffus, où les prestations touristiques sont disséminées, quatre pôles touristiques et culturels émergent et bénéficient d'une notoriété plus importante que celle du Parc : La Chaise-Dieu (le site patrimonial majeur avec deux étoiles au guide vert), Thiers (une étoile au guide vert), Ambert (aucune étoile au guide vert) et le Pays de Saint-Dier-Billom (classé Pays d'art et d'histoire). Sans doute parce qu'ils ont peu évolué au cours des années 1990 et au début des années 2000, leur fréquentation est en baisse et leur effet d'entraînement a diminué. Des efforts ont été menés depuis les années 2000 comme à Thiers qui a engagé un programme de rénovation urbaine et de renforcement du pôle coutelier (vallée des rouets, sentier de la vallée des usines, Maison de l'aventure industrielle, création d'un atelier de montage de couteaux). La Chaise-Dieu bénéficie d'un vaste programme d'aménage-

ment (restauration de l'abbaye, création d'un auditorium, création d'un nouvel espace de visite, aménagement des espaces publics). Mais les efforts consentis risquent de ne pas être suffisants. Ces territoires ont besoin de produits vitrines susceptibles d'attirer de nouvelles clientèles.

Une offre touristique basée sur la nature et le savoir-faire

Une grande partie de l'offre touristique repose sur les savoir-faire locaux hérités des secteurs industriels, agricoles et artisanaux : coutellerie, papeterie, productions agricoles notamment fromagères. L'évolution de ces dernières années a été aussi marquée par de nouvelles pratiques touristiques « à la campagne », notamment sur les deux massifs (Haut-Livradois et surtout Forez) où l'on vient se ressourcer et pratiquer des activités de pleine nature (randonnée sous toutes ses formes).

Une terre d'accueil, de multi activités et de micro-entreprises

Historiquement, les agriculteurs avaient, en complément de leur activité principale, une activité secondaire. Ils pouvaient, par exemple, travailler dans les moulins à papier, fabriquer des couteaux, monter des chapelets à domicile, etc. Cette pluriactivité est encore très présente en Livradois-Forez, notamment dans le secteur du tourisme : les agriculteurs ont développé l'accueil et la vente de produits à la ferme ainsi que de nouvelles formes de loisirs et d'hébergement (calèche, roulotte, tente mongole), les artisans font

découvrir leur savoir-faire dans leur atelier, des retraités louent des meublés de vacances, etc. Une partie des initiatives de développement touristique, notamment en matière de visites patrimoniales-artisanales est le fait de nouveaux arrivants, pour certains venus rechercher un mode de vie alternatif sur un territoire rural. Actifs et acteurs à part entière du tourisme du Livradois-Forez, leur priorité initiale n'étant pas économique, ils s'inscrivent peu dans une dynamique de développement d'entreprise touristique. Il est vrai que peu d'investisseurs d'importance sont venus s'installer en Livradois-Forez. Beaucoup d'infrastructures sont gérées par les collectivités locales : la majorité des terrains de campings, plus de la moitié des musées et des sites de découverte du patrimoine.

Une organisation à renforcer

Les différentes démarches intercommunales, dont celles initiées par le Parc, et les actions collectives des forces vives du territoire (Route des Métiers, Sur les Pas de Gaspard, Hébergements nature, Train de la découverte, Boucle Dore, Tour VTT, Paysages d'écrivains) ont peu à peu donné une nouvelle impulsion, même si certaines études⁶ ont considéré que ces efforts ne suffisaient pas (ou ne suffiraient pas) à développer de façon conséquente le tourisme dans le Parc.



Les renvois présents dans ce document se rapportent aux sources présentées en page 21.



Hébergements touristiques

Prédominance des résidences secondaires

Très densément peuplé au XIX^e siècle, le Livradois-Forez a connu depuis, l'un des plus forts exodes du Massif Central. L'une des conséquences, sur le plan touristique, fut le fort développement des résidences secondaires au cours des années 1960-1970. Le départ des habitants a libéré des bâtiments qui, par le jeu des successions et des rachats, se sont transformés en résidences secondaires. D'après le recensement général de la population, on en compte près de 12 000, soit un logement sur trois et plus de 80 % de la capacité d'accueil du Livradois-Forez. Elles sont localisées principalement sur les hauteurs des deux massifs et représentent plus de 50 % des logements dans la Vallée de l'Ance ou le Haut-Livradois. Les dépenses des clientèles estimées pour cet hébergement non marchand sont conséquentes : 51 % des dépenses touristiques, soit un peu plus de 36 millions d'euros et 70 % en comptant les dépenses des parents et amis³.

Des hébergements en pleine mutation

Globalement, le nombre d'hébergements est stable et leur qualité augmente. L'hôtellerie échappe à cette tendance : le nombre et la qualité des établissements sont en baisse.

RÉPARTITION DES LITS TOURISTIQUES



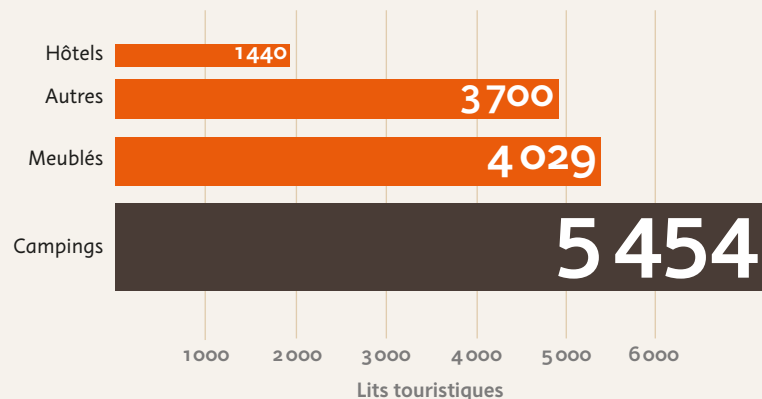
19 %

Hébergements marchands

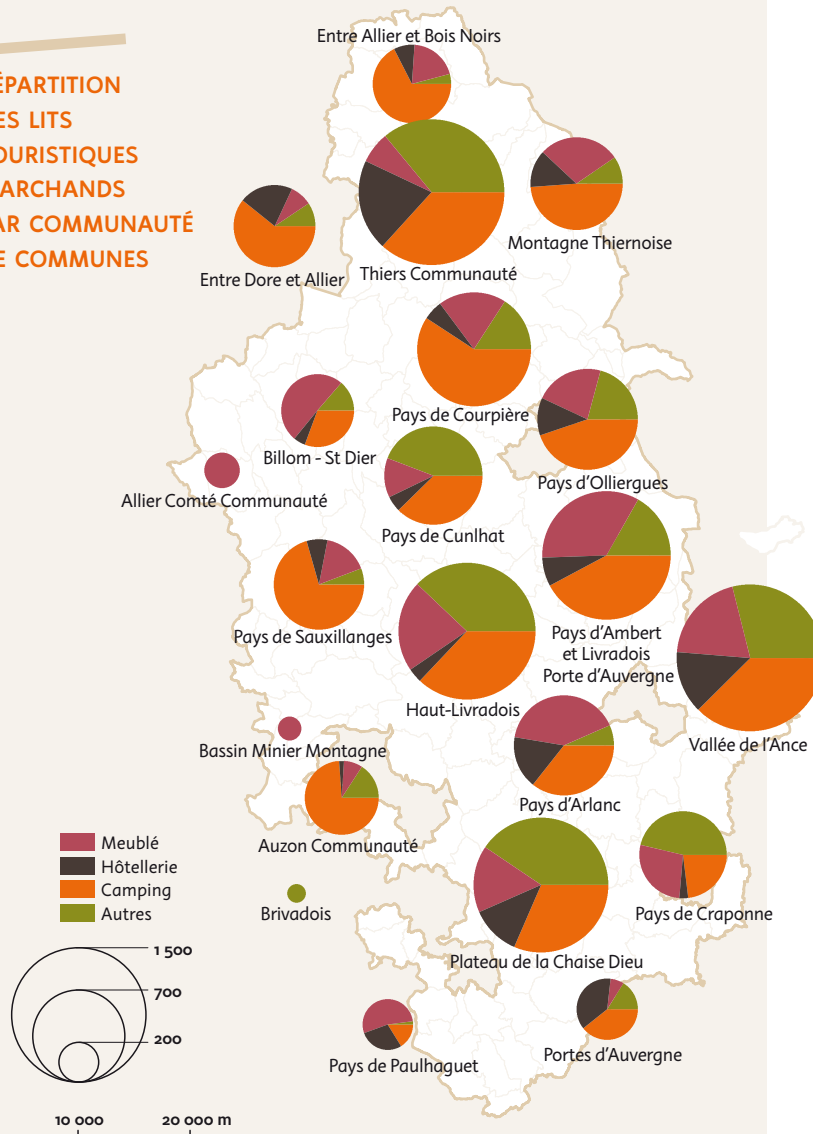
81 %

Résidences secondaires

RÉPARTITION DES LITS TOURISTIQUES MARCHANDS



RÉPARTITION DES LITS TOURISTIQUES MARCHANDS PAR COMMUNAUTÉ DE COMMUNES



Sources : BDCarto@IGNy8, PNRLF@Parc Livradois-Forez 11/2011

Avec plus de 14 000 lits marchands, le Parc Livradois-Forez reste à peu près stable depuis une quinzaine d'années en nombre de lits touristiques. Il pèse 8 % des lits marchands de l'Auvergne (et représente également 8 % de la population). Mais son offre est en pleine mutation. Les hébergements collectifs ont évolué suite à l'investissement des collectivités*.

Pourtant, deux secteurs perdent des lits. Même s'ils restent toujours la principale capacité d'accueil marchand du territoire (37 %), les hébergements de plein air ont connu une baisse de 10 % par rapport à 1995. La chute la plus inquiétante est celle de l'hôtellerie avec une perte de 50 % de lits en quinze ans. La situation est d'autant plus catastrophique que sa qualité est très faible : seulement 6 % des lits sont classés au moins trois étoiles, contre 39 % en France (40 % des unités)⁹ et 23 % en Auvergne². A contrario, les chambres d'hôtes, les gîtes et les nouvelles formes d'hébergement continuent leur progression qualitative.

D'un point de vue spatial, l'offre en hébergement est très diffuse sur le territoire, même si elle est un peu supérieure dans les points touristiques majeurs (Ambert, La Chaise-Dieu, Thiers). Elle se répartit pour moitié dans les centres des bourgs. Plusieurs communes ont augmenté leur capacité depuis 1995 comme Saint-Rémy-sur-Durolle et La Chaise-Dieu alors que d'autres comme Thiers en ont perdu.

* Création de nouvelles structures comme le centre multiactivités de Chomelix, le centre de la Planche à Viscomtat, le village LàO au Brugeron, le projet de village de vacances à Saint-Rémy-sur-Durolle.

Activités de loisirs

Des visites de bourgs et villages et des découvertes du patrimoine

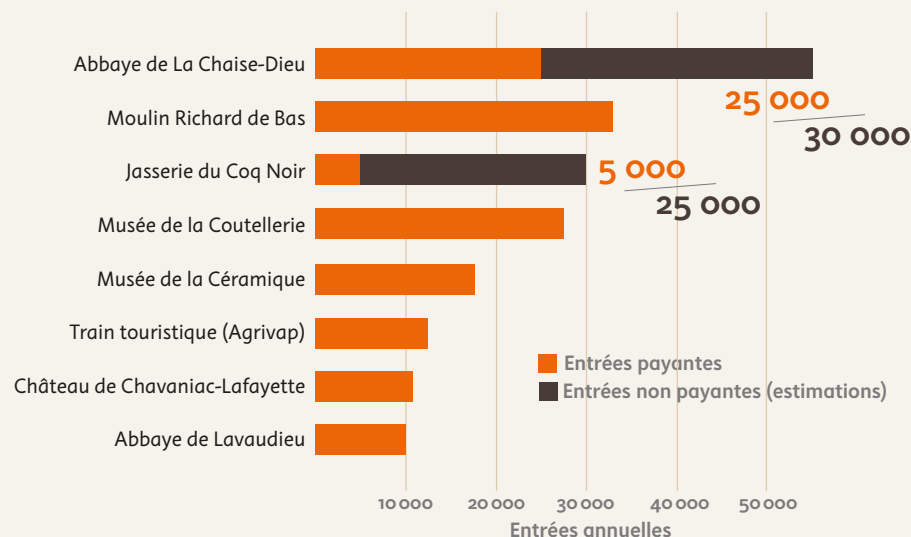
La visite des bourgs et villages du Livradois-Forez est une composante importante du tourisme dans le parc. 46 % des clientèles touristiques des parcs du Massif Central déclarent être intéressées en priorité par cette activité¹¹. L'offre s'est peu à peu structurée (amélioration des aménagements, développement des visites guidées, création d'une collection de guides de visites, etc.). Deux bourgs sont classés « Plus beaux villages de France ». Mais la qualité générale des bourgs ne se démarque pas suffisamment par rapport à d'autres territoires. Des efforts restent à faire. En Livradois-Forez, seuls deux bourgs ont au moins deux étoiles au guide vert Michelin (La Chaise-Dieu, Lavaudieu) contre cinq pour le Parc naturel régional des Volcans d'Auvergne.

Une absence de sites de visite d'ampleur nationale

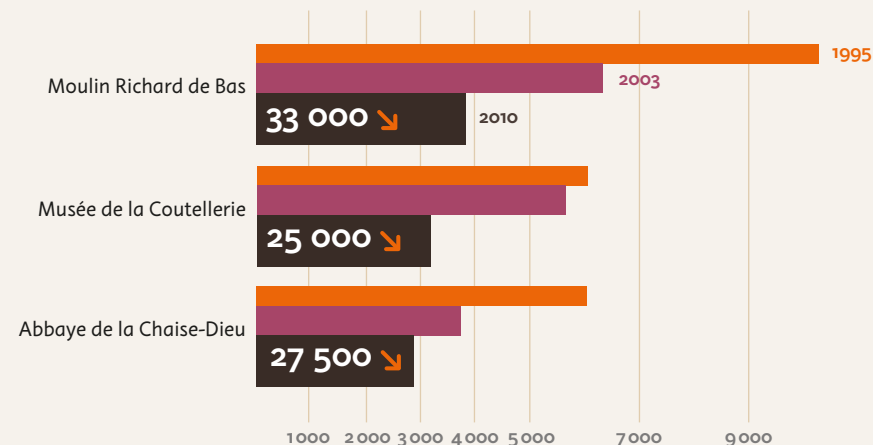
- Sites d'ampleur régionale (plus de 30 000 visiteurs par an) : Moulin Richard de Bas, La Chaise-Dieu
- Sites d'ampleur départementale (20 000 à 30 000 visiteurs par an) : Jasserie du Coq Noir, Musée de la Coutellerie

Les quatre sites de visite majeurs sont le Moulin Richard de Bas, l'abbaye de La Chaise-Dieu, le musée de la coutellerie et, depuis quelques années grâce à une politique d'accueil active, la jasserie du Coq Noir (repas, visites, animations). Plus d'une vingtaine de musées locaux aux scénographies un peu « vieillissantes » irriguent de manière diffuse le territoire. Globalement, la fréquentation touris-

VISITEURS ANNUELS DE QUELQUES SITES 2010

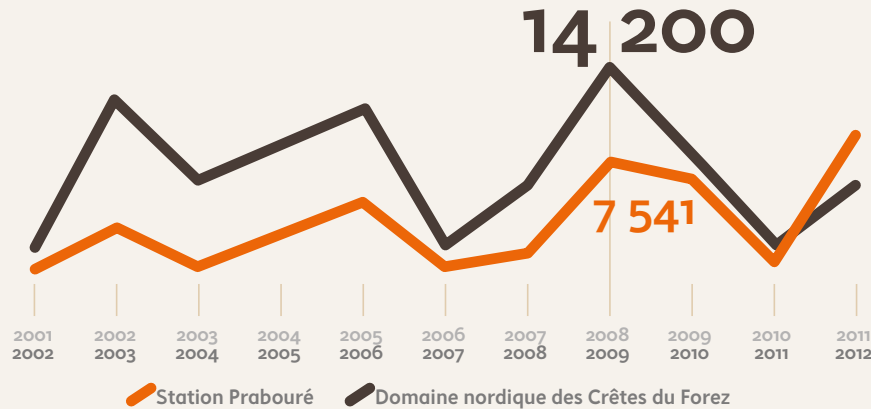


ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION

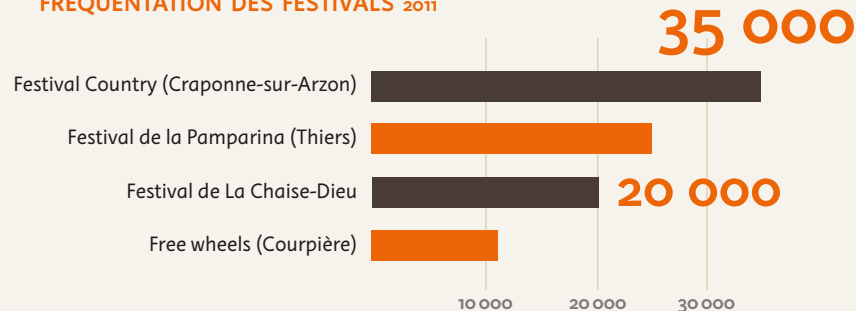


ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES ZONES DE SPORTS D'HIVER

Nombre de journées de ski annuelles (tickets payants)



FRÉQUENTATION DES FESTIVALS 2011



tique des sites de visite est en baisse. Le développement s'appuie aujourd'hui sur une vague récente de projets à caractère patrimonial.

Baisse de fréquentation des sites de visite majeurs

Au niveau national, la fréquentation des sites de visite progresse pour les sites structurants mais diminue pour les sites « secondaires ». La baisse des sites de visite majeurs du territoire est donc préoccupante. Elle s'explique par une multitude de facteurs dont :

- des variables externes : le changement des pratiques (la recherche d'activités en extérieur plutôt qu'en intérieur, la préférence donnée pour les activités gratuites liées à la baisse du pouvoir d'achat et du budget loisirs) ; l'effet de concentration des flux de visiteurs (notamment pour les groupes) sur des sites plus importants comme Vulcania.
- des variables propres au territoire : la baisse de fréquentation de certains hébergements ruraux moins qualitatifs ; une nette augmentation de l'offre d'activités et de loisirs au cours de ces dernières années qui a eu tendance à « éparpiller » les flux de visiteurs ; le manque de renouvellement des scénographies, des expositions et l'absence d'animations temporaires ; le manque de politique commerciale ; la difficulté pour les collectivités locales à réinvestir financièrement dans les sites de visite.

Un environnement idéal pour les activités de pleine nature

L'offre nature est centrée sur les pratiques douces (randonnée pédestre, équestre, VTT, cyclotourisme). Les enquêtes de clientèle montrent que la randonnée est le premier motif de venue dans le département du Puy-de-Dôme. L'offre s'est développée et diversifiée au cours des vingt dernières années notamment dans le domaine de l'itinérance (création du tour de pays à pied, du circuit équestre boucle dore, du tour VTT, etc.) ou des prestations pédagogiques et d'encadrement (balades nature et patrimoine, encadrement de l'école de ski, etc.). D'autres activités sportives comme le ski, le parapente ou l'escalade existent (notamment sur le Massif du Forez) et tentent de s'adapter (par ex. la station de ski de Prabouré) mais elles peinent à attirer les clientèles par rapport à d'autres sites régionaux ou nationaux plus prestigieux. Le secteur majeur reste les Monts du Forez, unique site naturel classé au moins deux étoiles dans le guide vert (mais il est bien seul en comparaison des 21 sites du PNR des Volcans d'Auvergne). Au cours des années 2000, les collectivités ont choisi la voie d'un tourisme d'éducation à l'environnement permettant de faire découvrir les richesses « disséminées » du territoire (La Catiche à Aubusson, Observatoire du Col du Béal, les Orgues de Montpeloux, L'Orangerie à Thiers, développement des sentiers de découverte, programme des balades nature et patrimoine).

RANDONNÉE : 10 sentiers de randonnée itinérants (Tour de pays, Boucle Dore, Tour VTT du Parc, 6 boucles de WE, GR). 28 sentiers de découverte. 2 000 km d'itinéraires de randonnée. 84 balades nature et patrimoine (plusieurs dates chacune). 5 loueurs d'ânes et de ca-lèches. 6 centres VTT (environ 800 km d'itinéraires) dont le centre de la fédération française de cyclotourisme. 5 parcours d'orientation. 18 centres équestres.

EAU : Plusieurs sites de baignades (9 sites de baignade et de plan d'eau, 8 piscines en plein air/ou parcs aquarécréatifs).

SPORTS AÉRIENS : Site de décollage de deltaplane, parapente. un club d'ULM, un club deltaplane et un aéro-club.

ESCALADE : 4 sites naturels (de 3 à 7b) et 3 sites artificiels.

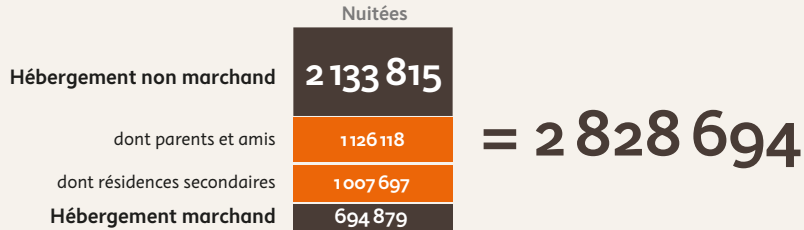
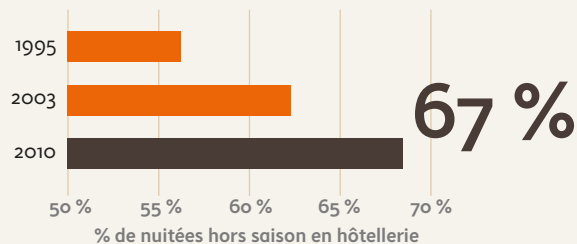
TRAIN TOURISTIQUE : 2 exploitants (Agrivap, Chemin de fer du Haut-Forez).

Une activité hivernale très chaotique^{14, 15}

Très liées aux conditions d'enneigement et à la météorologie, les activités hivernales sont donc très chaotiques. On compte une très bonne saison tous les trois ans où culminerait 30 000 journées d'activités hivernales (ski de descente, ski de fond, raquettes, luge). La station de Prabouré et le domaine nordique des Crêtes du Forez ont connu leur pic de fréquentation au cours de ces trois dernières années (saison 2008-2009 pour les Crêtes du Forez, 2011/2012 pour Prabouré), preuve de la qualité et de la pertinence des investissements réalisés récemment. La fréquentation de l'hiver 2011/2012, très mauvais d'un point de vue météorologique, témoigne également d'une moindre dépendance aux chutes de neige hivernales rendue possible par la création d'une installation de neige de culture.

Deux à trois festivals d'ampleur nationale

Le Festival de La Chaise-Dieu et, dans une moindre mesure, celui de Country de Craponne-sur-Arzon ont une dimension internationale. Le premier a une très bonne image et fait rayonner le nom de La Chaise-Dieu dans le monde entier. Le deuxième a la plus grosse affluence. Les autres manifestations (Pamparina, etc.) sont de dimension plutôt régionale voire locale. L'événement sportif le plus important est le rendez-vous cyclo des copains à Ambert (environ 2 000 participants/an).

PRÈS DE 3 MILLIONS DE NUITÉES ANNUELLES**RÉPARTITION DES DÉPENSES DES PERSONNES EN SÉJOUR****ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION HORS SAISON** soit hors juillet et août

Fréquentation, économie et emploi

Un poids économique dans la moyenne régionale

Le tourisme représente une part non négligeable de l'activité économique locale. Son poids est dans la moyenne régionale. Inférieur aux territoires du Sancy, du Massif cantalien et aux agglomérations de Clermont et Vichy, il est supérieur aux gorges de l'Allier, aux Combrailles, au Val de Sioule et à la Montagne bourbonnaise.

- Dépenses touristiques estimées à 115 000 000 euros³.
- La contribution du tourisme serait en 7 % et 8 % du PIB local.
- Le secteur du tourisme correspond à 7,45 % des établissements. Ce chiffre était en légère augmentation entre 1993 et 2004⁶.
- Pour des cantons comme La Chaise-Dieu et la Vallée de l'Ance, il représente près de 20 % des entreprises présentes et près de 15 % des effectifs salariés. Cependant, ce poids relatif élevé est aussi lié à la faiblesse des autres secteurs d'activité⁶.

70 % des retombées économiques liées aux résidences secondaires et à l'accueil chez parents et amis³

La fréquentation du Livradois-Forez est estimée à trois millions de nuitées dont 75 % en hébergement non marchand et 25 % en hébergement marchand. En comparaison avec la région Auvergne, les retombées liées aux hébergements de type villages vacances et meublés ont un poids supérieur, par contre la fréquentation des hôtels est bien moindre.

Une nette progression de la fréquentation hors saison

En Livradois-Forez, le tourisme a une forte saisonnalité, concentrée sur les mois de juillet et août. En raison de la faible activité hivernale, le nombre d'emplois en hiver est deux fois inférieur à celui de l'été. Cependant, on note petit à petit un étalement de la saison, notamment depuis 2000 et les lois Aubry sur la réduction du temps de travail (RTT), qui ont modifié les comportements des touristes (surtout des cadres) : davantage de fractionnement des séjours, étalement des séjours en hors saison, etc.

1/4 des emplois situés dans le pôle urbain d'Ambert

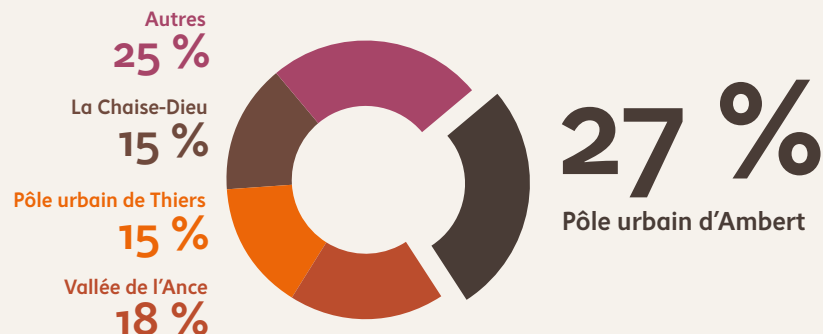
Le Livradois-Forez comme d'autres zones de l'est auvergnat se caractérise par un emploi touristique peu développé, marqué par un recours assez important au temps partiel. La surreprésentation de résidences secondaires engendre des retombées et donc des emplois supérieurs à la moyenne régionale dans les commerces alimentaires (23 % contre 20 % au niveau régional). Par contre, la part d'emplois salariés dans l'hôtellerie est bien inférieure à la moyenne régionale.

SITUATION DE L'EMPLOI SALARIÉ



Données INSEE 2007, DADS 2007 pour ALFT extrapolé à l'ensemble du PNR

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES EMPLOIS DANS LE TOURISME



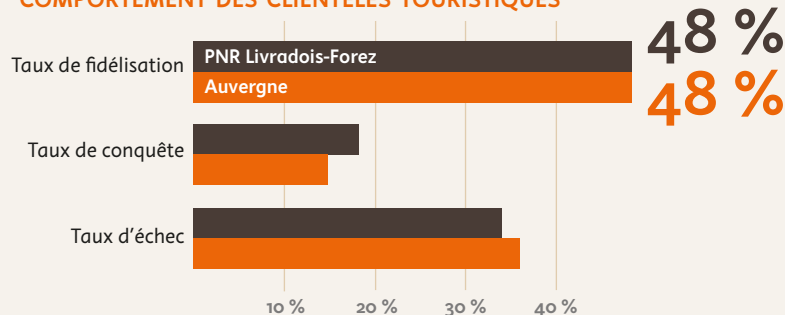
RÉPARTITION DES CLIENTÈLES FRANÇAISES ET ÉTRANGÈRES



ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES

	PNR Livradois-Forez	Auvergne
Étranger	6 %	10 %
France	94 %	90 %
dont Auvergne	NC	NC
dont Île-de-France	16 %	17 %
dont Rhône-Alpes	14 %	12 %
dont Centre	9 %	8 %

COMPORTEMENT DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES



Les clientèles

Prédominance des clientèles Auvergne, Île-de-France et Rhône-Alpes au détriment du tourisme en provenance de l'étranger²

La part de clientèle étrangère est faible en Auvergne. Elle l'est encore plus dans le Livradois-Forez. Les nord européens, dont en premier les Néerlandais, sont les plus nombreux⁴.

Dans le secteur hôtelier (données 2010), le taux de clientèle étrangère est de 11 % (contre 9,7 % pour l'Auvergne). Il est de 22 % dans les hébergements de plein air (contre 24 % pour l'Auvergne)¹². Les visiteurs Français proviennent d'Auvergne, d'Île-de-France, de Rhône-Alpes et de la région Centre. La clientèle rhônalpine et auvergnate représente en moyenne 1/3 des séjours en Auvergne. Cette proportion est certainement la même en Livradois-Forez.

À l'image de l'Auvergne, le territoire du Parc fidélise ses clientèles mais en conquiert peu de nouvelles²

Près d'un client sur deux est fidèle et prévoit de revenir d'ici moins de deux ans. Par contre, comme pour l'Auvergne, le taux de conquête (les primo-arrivants souhaitant revenir) est faible : 18 %. Près d'un client sur trois ne reviendra pas d'ici trois ans (taux d'échec).

Une recherche de beaux paysages, d'une qualité environnementale et de calme⁴

Près de 1/3 des clientèles en séjour d'agrément en Auvergne ont visité l'un des PNR lors de leur dernier séjour⁷. Les visiteurs des parcs naturels régionaux d'Auvergne (Livradois-Forez, Volcans d'Auvergne) sont séduits surtout par la qualité des paysages, de l'environnement, la présence des parcs naturels régionaux et le calme. Par contre, les clientèles qui n'y viennent pas considèrent les parcs d'Auvergne comme présentant peu d'activités et étant difficiles d'accès.

Un assez bon niveau de satisfaction des clientèles⁷

En Auvergne, les clientèles sont plutôt curieuses de découverte, un peu plus âgées* et d'un niveau CSP+. Le Parc attire des clientèles de plus en plus issues des professions intermédiaires et plutôt instruites. Les 2/3 des clients trouvent que leur séjour correspond à leurs attentes. Peu de choses particulièrement déplaisantes sont relevées dans les études clientèles.

* 56 % des Français qui ont séjourné en Auvergne en 2009 se situent dans la tranche d'âge « 35/64 », avec une sur-représentation confirmée des « jeunes seniors » dans la tranche « 50/64 » (28 % des clientèles en Auvergne contre 24 % en France). Enquête Sofres(8).

PRESTATAIRES TOURISTIQUES ENGAGÉS DANS UNE DÉMARCHE EN PARTENARIAT AVEC LE PNR

Hébergements « Malle au Trésor »	49
Route des Métiers	36
Tour VTT (charte de qualité)	21
Charte européenne du tourisme durable	24
Balades nature et patrimoine	20
Sur les Pas de Gaspard	13
Hébergements nature	10
Boucle Dore	8
Relais de la Gélinotte	7
TOTAL (avec double compte)	188

PART DES ACTEURS JOUANT LA « CARTE PARC ».



Le label Parc naturel régional

Les Parcs naturels régionaux d'Auvergne disposent d'un réel capital sympathie⁴

Le Parc naturel régional Livradois-Forez a une notoriété modeste mais il bénéficie d'un capital de sympathie. 70 % des visiteurs des Parcs naturels régionaux d'Auvergne les désignent en tant qu'argument de séduction de l'Auvergne, majoritairement en 3^e position, derrière les paysages et la qualité de l'environnement naturel. Environ 6 % des personnes en séjour en hébergement marchand déclarent avoir clairement choisi leur destination en Auvergne pour se rendre dans un parc naturel régional. Au total, 37 % des touristes en séjour en hébergement marchand déclarent que la présence des PNR a eu une influence plutôt positive sur leur choix de destination.

Plus de 10 % des acteurs impliqués dans des démarches initiées par le « Parc »¹

Le Parc naturel régional Livradois-Forez a développé des partenariats avec 165 acteurs touristiques (sans double compte) du territoire (dont 98 hébergements). Cette offre « Parc » concerne environ 10 % des acteurs touristiques du territoire.

Les acteurs jouent de plus en plus la carte « Parc », hormis 1/3 qui ne valorise pas du tout cet atout¹

Une analyse de l'ensemble des sites internet des acteurs touristiques du Livradois-Forez a permis d'étudier la façon dont ils mettaient en valeur en termes de communication leur appartenance au territoire « parc naturel régional Livradois-Forez ». Il s'avère qu'un tiers valorise cette appartenance (mention du territoire, présentation de ses atouts, lien vers le site du Parc, etc.) mais qu'un autre tiers ne la valorise pas du tout. Une meilleure prise en compte du label Parc dans les stratégies commerciales et de communication des prestataires touristiques est donc encore nécessaire.

PERSPECTIVES

La gouvernance du tourisme

Le Livradois-Forez est un territoire qui s'est construit au classement Parc naturel régional. Il s'est également constitué en destination touristique, sous l'impulsion du PNR. L'organisation du tourisme a toujours mis en jeu plusieurs types d'acteurs : les collectivités locales, les Offices de tourisme, les entreprises, le PNR... Des évolutions se sont accélérées dans les huit à dix dernières années et sont encore en cours.

Les fonctions stratégiques de gouvernance touristique

Les acteurs locaux du tourisme sont multiples et leur coordination est nécessaire. S'il y a un système de gouvernance ou de « management » du tourisme dans une destination, il doit assurer un large éventail de fonctions, opérationnelles ou stratégiques. Une étude des modèles de tourisme (Programme PSDR Modintour, 2009-2011) menée dans la région Auvergne a conduit à l'examen de quatre territoires de façon détaillée et de six autres de façon plus légère, sur la manière dont les fonctions stratégiques sont menées et par qui elles le sont.

Ces fonctions sont :

- élaborer et actualiser une vision partagée du tourisme,
- faire les choix de structuration,
- assurer le marketing stratégique,
- assurer une gestion stratégique des ressources et des compétences du territoire,
- orienter l'activité même de production de services touristiques, (types de produits, qualité, innovation),
- assurer la prise en compte de toutes les parties prenantes et notamment de la population.

Cas du Livradois-Forez

Au début des années 2000, les Offices de tourisme maillaient le territoire, un premier effort de coordination entre offices avait abouti à la constitution d'Offices dits « de pôle » à Ambert et à Thiers. Pour sa part, le PNR assurait la fonction de politique touristique générale à l'échelle du Parc et assumait en direct des fonctions telles que la promotion du Livradois-Forez, l'aide au développement et à la qualification des entreprises par l'accueil de porteurs de projet, par des démarches stratégiques menées par filières et aboutissant à la création de réseaux, etc.

En 2005, un nouveau paysage s'est dessiné, avec :

- l'adhésion du Parc à la Charte européenne du tourisme durable, après un travail sur deux ans d'élaboration concertée de la stratégie touristique du territoire,



Jean-Bernard Marsat,
UMR METAFORT,
IRSTEA*
Clermont-Ferrand

* Nouvelle dénomination de l'ex-Cemagref

- la création de l'association Auvergne Livradois-Forez Tourisme (ALFT) et sa reconnaissance en tant qu'ALT. Plusieurs motifs de révision de ce dispositif sont apparus ensuite, portant sur le fonctionnement d'ALFT, notamment sur ses relations avec les OT membres et sur la relation ALFT-PNR. En 2008, une refonte était engagée, diagnostic présenté en 2009, suivi de l'élaboration des propositions d'action et de structuration pour aboutir à la constitution de la nouvelle association, la Maison du Tourisme du PNR le 5 avril 2011.

La Maison du tourisme

Selon ses statuts, l'objet même de la Maison du Tourisme est de « coordonner la mise en œuvre de la politique touristique sur le territoire du PNR ». Ses missions portent sur les mêmes types de fonctions que celles d'un OT, selon le code du tourisme : « observation touristique, production et qualification de l'offre, promotion, mise en marché et commercialisation, accueil, animation, et toute contribution possible aux réflexions et actions de développement touristique ». Elle contribue également au développement de la randonnée en Livradois-Forez en partenariat avec l'association Randonnée en Livradois-Forez.

Les choix stratégiques réaffirmés sur le tourisme à promouvoir mettent l'accent sur une offre touristique durable, privilégiant des filières spécifiques à la fois du tourisme durable et du territoire (activités de nature, hébergements « nature », activités de découverte des patrimoines, activités culturelles, train touristique...) et s'appuyant sur l'image « parc naturel ».

La Maison du tourisme « peut contribuer aux réflexions sur le développement touristique » mais les orientations qu'elle se donne sont déduites de la stratégie touristique du PNR qui se place ainsi en amont. La Maison du tourisme hérite ainsi d'une stratégie à large contenu, inscrite dans la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés, et dans la charte du territoire PNR. Le Parc Livradois-Forez assure à parts égales et de façon articulée ses missions de type « protection et gestion des patrimoines » et ses missions « d'aide au développement du territoire ». À ce titre, son intervention dans le champ du tourisme n'est pas limitée à certains segments ou filières. Par ailleurs, la stratégie dont il est l'animateur et le garant se veut être celle du territoire, engageant ainsi les partenaires autant que le syndicat mixte.

En matière de « fonctions stratégiques », telles qu'exposées en début de ce texte, celles de « structuration du système », de « gestion des ressources », qu'elles soient dédiées (aménagements, infrastructures) ou non dédiées au tourisme (aménités naturelles et culturelles), et enfin de relation avec la population, restent du ressort des acteurs territoriaux. La Maison du tourisme intervient dans les domaines stratégiques du marketing, de la production, de la gestion des compétences des acteurs. Elle le fait en coopération avec tout autre acteur et notamment avec les Offices de tourisme, puisque son objet principal est « d'être un espace de concertation, de coordination de moyens et d'actions ».

Les grandes orientations organisationnelles (organiser, c'est à la fois diviser le travail et coordonner les intervenants) et politiques (faire avec une diversité de logiques d'acteurs légitimes) sont :

- **mutualiser ce qui peut l'être et mieux coordonner le reste** (en fonction de l'autonomie que conservent les OT), soit : « répartir plus clairement les missions entre les Offices de tourisme et la Maison du tourisme », « impliquer plus fortement les collectivités locales », « accompagner et soutenir les réseaux touristiques organisés à l'échelle du Livradois-Forez »;
- **renforcer la cohérence entre la Maison du tourisme et le PNR** : coïncidence des périmètres, réaffirmation de la Charte du Parc comme cadre de l'action touristique, amélioration du dispositif pour assurer la cohérence dans le fonctionnement.

La Maison du tourisme est une forme intermédiaire entre l'intégration par fusion des OT, la coordination contractuelle et le réseau informel :

- elle assure en direct certaines tâches mutualisées;
- elle co-anime (avec des OT volontaires) la coordination pour certaines tâches mutualisées sous forme de projets communs;
- elle permet un fonctionnement « à la carte » (certains projets communs peuvent ne pas concerner tous les OT);
- les OT conservent certaines tâches en propre.

De plus elle se veut une forme évolutive, en se donnant vocation à accueillir les OT qui souhaiteront s'intégrer.

L'éventail des acteurs associés est particulièrement large : sous forme associative, la Maison du tourisme réunit les collectivités publiques, des professionnels (et leurs accompagnants consulaires), les Offices de tourisme, des associations d'intérêt général, et des

« membres invités » (partenaires divers avec voix consultatives). Parmi les exemples que nous avons étudiés, c'est l'éventail le plus complet. On peut toujours souhaiter aller plus loin en invitant encore plus de partenaires au nom de la transversalité du tourisme : tous les réseaux de prestataires, des commerçants, davantage d'associations, tous les consulaires ou assimilés (par exemple CRPF), etc.

Une attention est portée à la fois au « portage collectif » et aux modes de prise de décision : l'animation des travaux est assurée par des tandems élus – techniciens, le processus respecte une certaine hiérarchie (groupe de travail > comité technique > bureau > CA > AG). Il a été jugé utile de doubler le dispositif de représentation et de pouvoir de chacun au sein de la structure associative, par des conventions passées entre celle-ci et les organisations représentées. De même, une attention est portée à la compétence formelle des délégués (les communautés de communes envoient leurs présidents de commission tourisme...). En termes de processus, un exemple est donné avec la tenue d'un forum annuel, moment de rencontre qui se veut le plus large possible.

Au final, ce qui caractérise la situation en Livradois-Forez est le déroulement d'un processus assez équilibré entre les diagnostics et recommandations d'origine extérieure et les prises de conscience et les solutions d'origine locale. L'évolution n'est pas achevée, une réflexion est en cours sur l'intégration, éventuellement progressive, des OT en un OT intercommunautaire. Un enjeu constant est d'assurer une bonne appropriation par le plus grand nombre, une vraie mobilisation, une coopération durable. Au prix d'une maturation assez longue, et d'une énergie non négligeable, les éléments décrits ci-dessus du dispositif assez sophistiqué que constitue la Maison du tourisme perdureront à la mesure de leur pertinence.

Quel tourisme en 2020 en Livradois-Forez ?

Quelques données de cadrage

Tourisme international : tendance à la progression

Le tourisme, au fort taux de croissance mondial*, pourrait être amené à jouer un rôle de premier plan, tirant la croissance économique, le progrès social et la durabilité environnementale. Les hypothèses d'ici 2020, même si elles sont inférieures aux années précédentes, affichent un taux de croissance mondiale annuelle de 4 %. En termes d'évolution des marchés, les économies émergentes comptabiliseront d'ici 2015 plus d'arrivées de touristes internationaux que les économies avancées et en 2030, elles devraient représenter 58 % du marché. L'Europe reste la première destination mondiale même si elle a une croissance inférieure à la croissance mondiale et sa part de marché devrait passer de 51 % en 2020 à 41 % en 2030. Les 3 premières destinations seraient la Chine, la France puis les États-Unis. Les 3 premiers pays émetteurs resteraient : l'Allemagne, le Japon, les États-Unis.

Tourisme national : tendance à la stagnation

La France, qui devrait perdre sa première place de destination mondiale en arrivées aux dépens de la Chine (elle est la 3^e en retombées économiques) aura un taux de croissance inférieur au reste du monde. Son activité sera marquée par une stagnation des taux de départ (environ 65 % des Français partent au moins une fois en vacances dans l'année, 35 % ne partent pas) et une évolution des pratiques (taux de croissance intérieur plus élevé que celui des étrangers). Il n'en demeure

pas moins qu'il reste de fortes incertitudes sur l'évolution de la part du tourisme dans les dépenses moyennes des Français. Au cours de ces douze dernières années, l'évolution des modes de vie des ménages a conduit à privilégier la croissance des achats de biens d'équipement pour la maison ou l'utilisation des services, notamment de télécommunication. Une étude du CREDOC³ précise : « en 2008 et 2009, sous l'effet de la récession économique, les Français mettaient tout en œuvre pour continuer à s'évader pendant leurs congés, quitte à concéder de petits compromis ou à recourir à des « bons plans » pour limiter leurs dépenses. En 2010, pour la première fois depuis deux ans, les vacances semblent faire les frais des difficultés économiques. Nos concitoyens amorcent de nouveaux types d'arbitrage et préfèrent économiser sur le « cœur » des vacances (destination, hébergement, durée, transport) pour préserver les dépenses « plaisir » (restauration, activités). »

Tourisme régional : l'Auvergne grignote des parts de marché²

Classée au 13^e rang des régions françaises, l'Auvergne n'est pas une grande destination touristique. Cependant les retombées économiques du tourisme semblent peser de plus en plus par rapport aux autres secteurs d'activité (8,3 % du PIB régional en 2010), notamment grâce à une politique touristique ambitieuse du Comité régional de développement touristique et à une politique de marque (« Auvergne Nouveau Monde »).

Chances et opportunités du Livradois-Forez

Le tourisme est une activité fragile qui subit les influences économiques, politiques et sociales. En période de crise par exemple, le budget loisirs est souvent le plus affecté. Il faut donc rester prudent en termes de prospective car il n'est pas facile de faire des révisions à long terme. Il n'en demeure pas moins que le Livradois-Forez semble avoir une marge de progression qu'on explique par :

*Taux de croissance d'environ 7 à 8 % par an au cours des années 2000 (depuis 1990, le nombre de départs a quasiment doublé et celui des dépenses a quasiment triplé¹⁰).

- **une recherche de campagne de plus en plus forte pour reconstituer « sa tribu », notamment en période de crise.** La demande de vacances à la campagne est fortement marquée par la faible aspiration à la pratique d'activités : bien plus que sur d'autres espaces, les vacanciers de la campagne recherchent la détente, le repos, le calme. À l'époque de l'éclatement de la famille et de son éloignement géographique, le temps des vacances est aussi et surtout un moment privilégié pour « reconstituer sa tribu ».
- **la réorganisation des flux internes** et des modes de consommation sur le territoire national. Certaines régions rurales gagnent des parts de marché au détriment des destinations qui avaient de fortes concentrations de clientèle telles que les stations de ski. On assiste à un léger rééquilibrage des territoires*. Le coût croissant des carburants et les contraintes de temps devraient se traduire par de réelles opportunités pour les destinations campagnardes de proximité, à moins de 2 heures des grandes agglomérations. Et le Livradois-Forez, au cœur de la France, avec des modalités de transport en cours d'amélioration (projet de LGV par exemple) a la chance d'être à proximité de grands pôles urbains (Lyon, Saint-Étienne, etc.). Il est de plus en plus connu par les lyonnais. Dans le Puy-de-Dôme, la fréquentation des clientèles rhônalpines est passée de 6 % en 2003 à 23 % en 2010.
- **un stabilisateur de l'économie : les résidences secondaires.** Les résidences secondaires représentent 50 % des dépenses touristiques du Livradois-Forez. Leurs occupants, clientèles captives et fidèles, en font des « stabilisateurs » de l'économie locale. Reste à mieux connaître leurs évolutions futures.
- **la dynamique actuelle régionale :** l'Auvergne grignote doucement des parts de marché ; l'image de la Région est en pleine évolution, elle est citée comme 6^e région préférée pour passer ses vacances⁸ ; la politique touristique du Comité régional de déve-

loppement touristique d'Auvergne est ambitieuse avec le développement de la marque « Nouveau Monde » et du numérique.

- **une dynamique locale :** le territoire regagne des habitants. Depuis quelques années, la population du Parc naturel régional Livradois-Forez est en augmentation. Cette croissance démographique récente marque une rupture avec les baisses constatées les décennies précédentes. D'après les simulations de l'INSEE, si elle n'augmente plus à l'horizon 2020 (les flux migratoires ne compensent pas le déficit naturel), la population va tout de même se maintenir (augmentation dans les zones périurbaines, diminution dans les zones rurales). Cette évolution va donc engendrer de nouvelles arrivées de vacanciers chez parents et amis.
- **une image du Livradois-Forez qui évolue.** Après une période de déprise, le territoire a basculé dans une dynamique positive, qui n'existait pas il y a une quinzaine d'années. Le développement d'une pression démographique et urbaine prouve que le territoire est devenu plus attractif pour y vivre, il le devient par conséquent pour y passer ses vacances !
- **un positionnement lié au tourisme durable,** au tourisme responsable qui sera porteur dans les années à venir. 87 % des voyageurs sont intéressés par le concept de tourisme responsable⁹.

Les chantiers d'avenir

Le territoire a depuis longtemps affirmé sa volonté de développer un tourisme durable répondant aux enjeux économiques, environnementaux, sociaux et de gouvernance. Pour répondre aux défis de l'avenir, plusieurs chantiers sont à mener.

Jouer la carte du tourisme durable et valoriser tous ensemble le label « Parc »

Dans un parc naturel régional, l'activité touristique doit se distin-

guer par la qualité et la durabilité des prestations proposées. Le parti pris du Livradois-Forez est de contribuer à un développement touristique harmonieux, intégré et durable, associant des préoccupations environnementales (aménagement, énergie, transports) et sociales (maintien d'activités, développement de réseaux, politique de prix...). L'accent doit être mis sur la recherche de nouvelles formes de tourisme en adéquation avec des valeurs qui deviennent et deviendront de plus en plus importantes dans les années à venir : le bien-être des individus, la bonne intégration des aménagements, la mise en valeur des richesses du territoire, l'insertion du tourisme dans l'économie et la société locale. Les acteurs publics peuvent, grâce à des actions comme la Charte européenne du tourisme durable, faire évoluer les pratiques touristiques, inciter des acteurs privés à investir, et des touristes à venir y passer leurs vacances.

Les champs lexicaux les plus utilisés pour qualifier la différence entre les activités touristiques dans un parc naturel et sur d'autres territoires¹¹ sont les suivants : découverte et respect de la nature et de l'environnement ; sérénité et calme ; tourisme « doux ». Le label « Parc naturel » est de plus en plus reconnu par les consommateurs d'un côté et les acteurs privés dans leur stratégie de communication, de l'autre. L'effort doit être démultiplié.

Développer les pôles touristiques majeurs pour assurer une bonne diffusion de l'activité et développer et adapter les moyennes et grosses unités d'hébergement

L'objectif est de tendre vers un développement touristique harmonieux, doux et diffus bénéficiant à l'ensemble des opérateurs, quelle que soit leur situation géographique. Mais cela nécessite que les « poumons de l'activité », à savoir les pôles touristiques majeurs, puissent jouer pleinement leur rôle d'entraînement et de rayonne-

ment. Comme le rappelle le rapport **Le tourisme des années 2020, des clés pour agir, en zone rurale**, « l'évolution naturelle va vers une concentration sur des pôles ruraux majeurs et une désertification des espaces diffus ». Or, les points forts du Livradois-Forez que sont Thiers, Ambert, La Chaise-Dieu et dans une moindre mesure Billom et Saint-Rémy-sur-Durolle connaissent globalement des baisses de fréquentation. Il est donc nécessaire de les conforter et de valoriser davantage leur image sur des thèmes « porteurs » : Thiers (coutellerie et arts de la table, patrimoine bâti) ; Ambert (papier, fourme et tresse) ; La Chaise-Dieu (abbaye et patrimoine culturel) ; Billom (cité médiévale et vie culturelle). L'idée est d'en faire des « vitrines » et des « portes d'entrée ». Ce sont de véritables stratégies qui devraient être engagées, en prenant en compte l'ensemble des problématiques : propositions en termes d'activités culturelles, sportives et de détente ; d'animation ; d'hébergement ; de transport doux sur place ; de services notamment numériques ; etc.

En termes de structures d'accueil, les petites ont su s'adapter aux demandes de plus en plus exigeantes des clientèles : progression en nombre et surtout en qualité des chambres d'hôtes et des gîtes ruraux. Par contre, le pari n'est pas gagné concernant les plus grosses unités, facteurs d'attractivité et de développement. Et pourtant l'enjeu est de taille pour accueillir les clientèles d'affaire et les CSP+. Dans le secteur privé, il y a eu très peu d'investissements, l'hôtellerie a pris un retard considérable. Seules les collectivités se sont lancées dans la création d'hébergements collectifs de plus de 40 lits. Seuls les villages de vacances qui monteront en gamme pourront s'en sortir. Cela suffira-t-il ? Le Livradois-Forez n'attire pas (pour l'instant) les investisseurs les plus dynamiques. Des projets sont souvent évoqués, peu ont été réalisés.

Améliorer l'organisation touristique

Depuis 20 ans le territoire a fait de nombreux efforts d'organisation, que ce soit dans le secteur privé et public : création de nombreux réseaux (RELF, Route des métiers, Hébergement nature, Sur les Pas de Gaspard, Boucle Dore, etc.), synergies à des échelles intercommunales (PNR, Maison du tourisme, syndicat mixte des activités de pleine nature des Crêtes du Forez, syndicat de la ligne ferroviaire, Cap'actif, etc.). Les collectivités publiques ont joué un rôle majeur en termes d'aménagements touristiques, de gestion d'équipements (partenariats public/privé) et de financement des structures locales (offices de tourisme par exemple). À dépenses d'investissement constantes, il est nécessaire de mutualiser davantage et de professionnaliser les réseaux privés et les structures publiques et parapubliques. Ce n'est que collectivement que le territoire a des chances de s'en sortir dans cette concurrence des destinations. La Maison du tourisme devrait y contribuer.

Afin d'évaluer en continu le résultat des actions conduites et leur impact sur le territoire, le Parc a mis en place un dispositif d'évaluation qui figure dans sa Charte, qui prévoit notamment des monographies thématiques sur l'évolution du territoire. Ces monographies seront réalisées en collaboration avec ses partenaires et les organismes compétentes, sur la base d'une analyse d'indicateurs territoriaux, d'enquêtes, voire, si besoin, d'une expertise externe. Les thématiques et les périodicités de ces monographies dépendront d'opportunités telles que la fin d'un programme d'actions, la parution d'une statistique majeure, la réorientation de la politique d'un partenaire du Parc, etc.

Ce document est la première monographie éditée par le Parc. Il a été réalisé par le « groupe de travail observation touristique » de la Maison du tourisme présidé par Jean Jallat, animé par Benoît Barrès et composé des membres suivants : Comité régional du tourisme d'Auvergne (Jean-François Jobert, Karen Dimier-Vallet, Corinne Sergent); l'Agence départementale du Puy-de-Dôme (Frédéric Lantier); la Chambre de commerce et d'industrie du Puy-de-Dôme (Thierry Pagès et Nicolas Bieffe); les communautés de communes d'Aranc (Mathilde Poulat), de la Montagne thiernoise (Estelle Chambon); les offices de tourisme d'Olliergues (Marie-Élise Chossonery, Carole Bouchy), d'Amber (Fabienne Ignonin) et de la Chaise-Dieu (Virginie Bonnamain).

Sources

- ¹ Maison du tourisme, soit à partir de la base de données du Système d'information touristique (SIT) régional, soit grâce à l'analyse de 80 sites internet des chambres d'hôtes, campings, hôtels et villages de vacances.
- ² Comité régional de développement touristique d'Auvergne, observatoire du tourisme, 2010.
- ³ SPOT Auvergne 2006. Évaluation territoriale du poids économique du tourisme du Parc naturel régional Livradois-Forez.
- ⁴ SPOT Auvergne 2007. Étude SPOC sur les clientèles touristiques dans les PNR d'Auvergne (Livradois-Forez et Volcans d'Auvergne).
- ⁵ Données INSEE 2007, DADS 2007.
- ⁶ Données UNEDIC, 2004.
- ⁷ Enquête de clientèles dans le PNR Livradois-Forez, Cemagref, 2004.
- ⁸ Enquêtes TNS Sofres, 2008 et 2009 (suivi de la demande touristique des français 2009).
- ⁹ Les Français et le tourisme responsable, Enquête de TNS Sofrès, Voyages-sncf.com et Routard.com, 2007.
- ¹⁰ DGCS, 2009.
- ¹¹ IPAMAC, 2010.
- ¹² INSEE.
- ¹³ CREDOC, Vacances 2010 : Les contraintes financières favorisent de nouveaux arbitrages, Rapport réalisé à la demande de la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCS).
- ¹⁴ Communauté de communes de la vallée de l'Ance.
- ¹⁵ Syndicat mixte des activités de pleine nature des Crêtes du Forez.

Bibliographie

- Agence départementale du tourisme du Puy-de-Dôme, Chiffres clés du tourisme dans le Puy-de-Dôme, 2011.
- Cemagref, Soutenir et PRomouvoir le Tourisme Intégré dans les régions rurales et sensibles d'Europe, 2004.
- Comité régional de développement touristique d'Auvergne, Atlas du tourisme en Auvergne, 2010.
- Comité régional de développement touristique d'Auvergne, Chiffres clés du tourisme en Auvergne, édition 2011.
- DGCS, Mémento du tourisme, 2010.
- Secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des PME, du tourisme, des services et de la consommation, Le tourisme des années 2020, des clés pour agir.
- SPOT Auvergne, Améliorer la performance de l'activité touristique, Mission d'étude et de recherche appliquée sur les modes de développement du tourisme en Auvergne, cabinet d'étude Orgalis.
- IPAMAC, Enquête clientèle dans les parcs naturels régionaux, 2010.
- Macéo, Étude sur les résidences secondaires dans le Massif Central, Espitalité Consultant, Jousset Consultant, 2010

Édition : Parc naturel régional Livradois-Forez

Directeur de la rédaction : Tony Bernard

ISBN : 978-2-9532646-6-1

Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2013

Tirage : 2000 exemplaires

Crédits photos : Christophe Camus,
Dominique Dauriat, Michel Thénot

Création graphique et mise en page :
SCOP crescend'O Marat (63)

Impression : Imprimerie Lamazière

Mars 2013

UNE AUTRE VIE S'INVENTE ICI



Parc naturel régional Livradois-Forez
Le Bourg
63 880 Saint-Gervais-sous-Meymont
Tél. 04 73 95 57 57
www.parc-livradois-forez.org



CONSEIL GÉNÉRAL
Haute-Loire

CONSEIL GÉNÉRAL
LOIRE
EN RHÔNE-ALPES

PUY-DE-DÔME
CONSEIL GÉNÉRAL

Rhône-Alpes
Région

AUVERGNE
la région juste et grande



AUVERGNE
NOUVEAU MONDE