




PHASE 2 - Stratégie et scénarios de développement

Diagnostic touristique et prospective 2033

Conseil d'administration de l'OTI
Phase 2 (Stratégie de développement)

23 septembre 2026

Ordre du jour



1. Rappel des enjeux et de la stratégie touristique
2. **Proposition de scénarios de développement**
3. **Prochaines étapes**



1.

Rappel des enjeux et de la stratégie

Enjeux, objectifs, priorisation…

1. Nouveaux enjeux 2027-2033

Proposition d'enjeux



4 enjeux stratégiques identifiés

déclinés en 13 axes de développement

Identité & notoriété

- Chantier 1 : Une destination touristique identifiable et identifiée
- Chantier 2 : Une destination attractive
- Chantier 3 : Une destination communicante
- Chantier 4 : Une destination apprenante

Développement durable

- Chantier 5 : Une médiation sur la richesse du patrimoine naturel
- Chantier 6 : Une communication qui sensibilise aux enjeux environnementaux
- Chantier 7 : Une destination durable, engagée
- Chantier 8 : Des productions locales mises en avant

Diversification touristique

- Chantier 9 : Une destination attractive toute l'année
- Chantier 10 : Une destination multiple
- Chantier 11 : Une offre touristique qualifiée et de qualité

Structuration / Mise en réseau

- Chantier 12 : Une destination partenariale
- Chantier 13 : Une destination plus présente, plus en prise avec son territoire



7 grands enjeux – 3 thèmes : structuration, différenciation et gouvernance

- n°1 : Passer d'une destination de flux à une destination de séjour expérientielle
- n ° 2 : Préserver les ressources naturelles et adapter la destination au changement climatique
- n ° 3 : Construire une destination des mobilités douces et du slow tourisme
- n ° 4 : Faire de l'art de vivre local le cœur du positionnement touristique
- n ° 5 : Mieux répartir les flux et les retombées à l'échelle du territoire
- n ° 6 : Renforcer le lien entre tourisme et qualité de vie des habitants
- n ° 7 : Structurer une gouvernance touristique unifiée et coopérative

1. Nouveaux enjeux 2027-2033

Priorisation des enjeux en juillet – vote en ligne





Présentation des 7 enjeux le 25 juin au Conseil d'administration de l'OTI > **Vote en ligne + contributions par mail**

Rang	Enjeu (classement issu du vote des élus)
1	Enjeu n°1 — Passer d'une destination de flux à une destination de séjour expérientielle
2	Enjeu n°2 — Préserver les ressources naturelles et adapter la destination au changement climatique
3	Enjeu n°5 — Mieux répartir les flux et les retombées à l'échelle du territoire
4	Enjeu n°3 — Construire une destination des mobilités douces et du slow tourisme
5	Enjeu n°4 — Faire de l'art de vivre local le cœur du positionnement touristique
6	Enjeu n°6 — Renforcer le lien entre tourisme et qualité de vie des habitants
7	Enjeu n°7 — Structurer une gouvernance touristique unifiée et coopérative

1. Nouveaux enjeux 2027-2033

Priorisation des enjeux en juillet – contributions écrites des élus



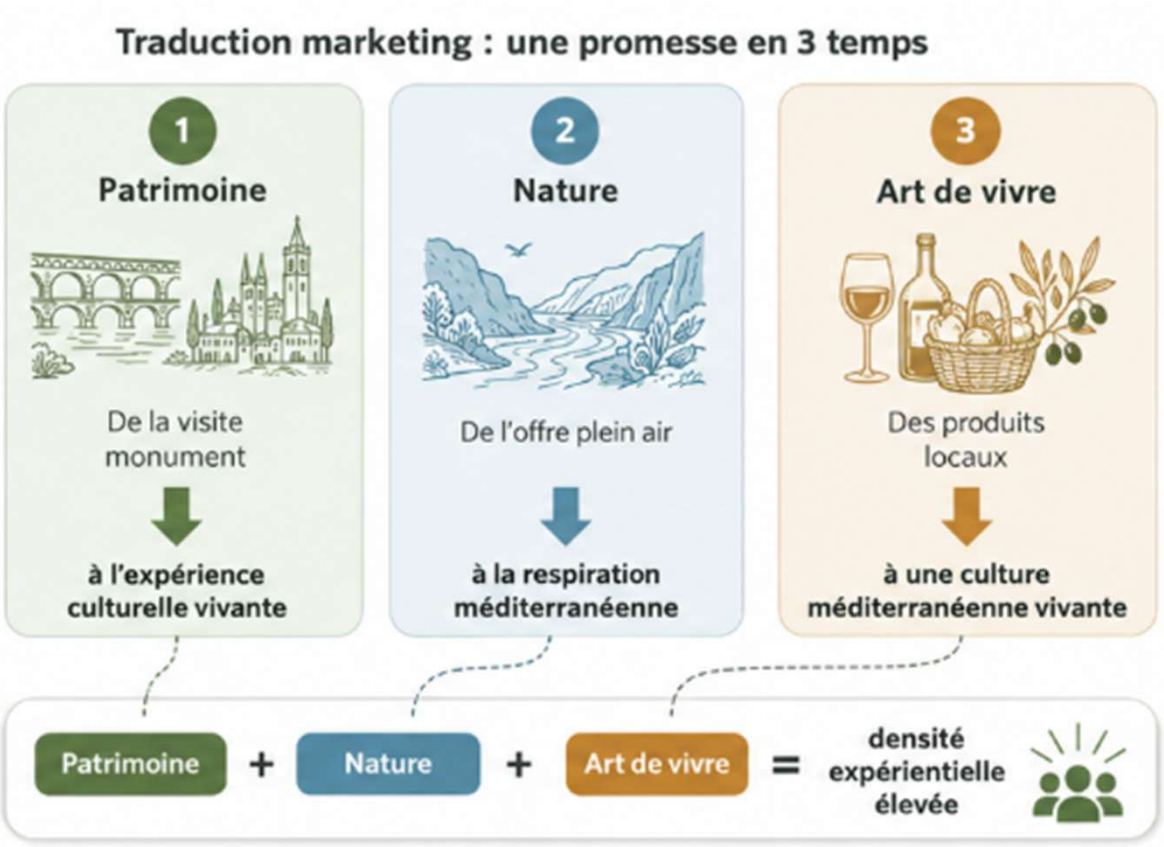
Signaux convergents issus des contributions écrites de quelques élus

- **Diffusion territoriale** : forte demande de répartition des flux et des retombées sur l'ensemble des communes, y compris via des hébergements de villages plus accessibles.
- **Désaisonnalisation sur deux ailes de saison** : le printemps est plébiscité, avec l'automne à y adjoindre (« destination de rentrée », septembre à mi-novembre), climatiquement favorable.
- **Mobilités douces** : voies vertes reliant les communes, valorisation de la ViaRhôna et de la halte fluviale, réduction de la dépendance automobile.
- **Régulation et préservation** : maîtrise du stationnement et des accès sur les sites sensibles (berges du Gardon, Collias), meilleure captation des retombées des meublés.
- **Habitants et acceptabilité** : tranquillité publique, qualité de vie et sécurité comme conditions d'un tourisme accepté (« valeur plutôt que volume »).
- **Gouvernance** : + forte coopération avec l'EPCC Pont du Gard dans une stratégie commune ; évocation d'une SPL et d'un outil de pilotage des flux en temps réel (type Flux Vision).

1. Nouveaux enjeux 2027-2033

Positionnnement validé par le CA de juin

"Une destination patrimoniale et nature, à taille humaine, où l'on vient vivre l'art de vivre méditerranéen entre rivière, histoire et paysages préservés."



1. Nouveaux enjeux 2027-2033

Concrètement, par saison, comment ça va se passer ?

2 constats :

- l'été concentre 50 à 80 % du CA des entreprises (il n'est pas question d'y renoncer)
- les données climatiques (vagues de chaleur, nuits tropicales, risque incendie, tension sur l'eau) font de cette recette estivale un actif de + en + exposé.

➡

Développer les ailes de saison et défendre l'été ne s'opposent pas. L'un protège une recette existante, l'autre va chercher une recette additionnelle auprès de clientèles différentes ; développer le printemps ne vide pas le mois d'août. PRINCIPE : affecter à chaque saison un objectif distinct.



**Visuel généré par l'IA à partir de notre brief*

2. Nouveaux enjeux 2027-2033

La future stratégie en quelques mots…

La future stratégie touristique 2027-2033 marque le **passage d'une destination que l'on traverse rapidement autour de quelques sites emblématiques** (Pont du Gard, Uzès, gorges du Gardon) **à une destination où l'on vient séjourner plus longtemps,** en répartissant mieux les visiteurs et leurs retombées sur l'ensemble du territoire.

Le **positionnement** retenu associe patrimoine, nature préservée et art de vivre méditerranéen, avec le printemps comme saison à privilégier pour étaler la fréquentation, dans un contexte d'adaptation au changement climatique et de développement des mobilités douces.

Logique forte de transition durable, de qualité de vie locale et de montée en valeur plutôt qu'en volume.





2.

Scénarios de développement touristique

2. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Les 2 scénarios

Une même stratégie touristique

mais 2 manières de la mettre en oeuvre – 2 niveaux d'ambition

Scénario 1

« L'OT consolidé »

Mieux faire destination

2027-2033
OT consolidé

Scénario 2

« La destination pilotée »

Du développement au pilotage durable des équilibres

2027-2033
coopération

Après 2033
Destination pilotée

2. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Socle commun aux 2 scénarios

Positionnement

Un positionnement de destination patrimoniale, nature et art de vivre méditerranéen, à taille humaine (hybridation patrimoine + nature + terroir).

Logique de valeur

Une logique de valeur plutôt que de volume : montée en gamme, allongement de la durée de séjour, ciblage affinitaire.

Désaisonnalisation

Une désaisonnalisation orientée vers les ailes de saison, avec le printemps comme saison-signature et l'automne à structurer. À co-construire avec les gestionnaires des espaces naturels (dont SMGG).

Adaptation climatique

Une plus grande prise en compte de l'adaptation au changement climatique, imposée par le contexte méditerranéen et le cadre national.

Ce qui distingue les 2 scénarios n'est pas le cap, mais le périmètre d'intervention confié à l'OTI et le mode de portage politique — c'est-à-dire **le niveau d'ambition et de mandat.**

2. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Les 2 scénarios

SCÉNARIO 1
L'OT consolidé · « mieux faire destination »

Valoriser l'existant — moyens maîtrisés, résultats rapides



- Offre : train + vélo + séjour, carte mobilité, terroir
- Cible : patrimoine + nature + art de vivre ; valeur > volume
- Mobilité : mise en marché de l'existant, sans transformation
- Climat : horaires décalés, fraîcheur, sobriété des pros
- OT Gouvernance : OT seul, budget propre, rôles clarifiés, feuille de route partagée 2 CC

IMPACT ATTENDU

Destination mieux vendue et structurée. Réponse rapide mais partielle aux irritants flux / mobilité / climat.

SCÉNARIO 2
La destination pilotée · coopération 2026–2032

Piloter les flux, la mobilité, le climat et l'acceptabilité



- Offre : produit + accès + confort chaleur, diffusion vers les villages (connexion)
- Cible : même socle, avec action sur ce qui abîme l'expérience
- Mobilité : navette test, parkings-relais, jauges temps réel
- Climat : ombrage, renaturation, désimperméabilisation
- 2CC Gouvernance : 2 CC + OT + Pont du Gard + Gorges du Gardon

IMPACT ATTENDU

B englobe A et traite les causes. Plus structurant, plus lent et plus coûteux, mais plus robuste.

CONSOLIDATION & MISE EN MARCHÉ — A — ENGAGEMENT CROISSANT — B — PILOTAGE DES ÉQUILIBRES & TRANSFORMATION

Visuel généré par l'IA à partir de notre brief

2. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Le scénario 1 : l'OTI consolidé, « Mieux faire destination »

Le scénario 1 vise à **renforcer l'Office de tourisme dans son cœur de métier** (accueil, promotion, communication, coordination des acteurs), sans modifier la gouvernance ni créer de nouvelles compétences.

- ✓ Il s'agit avant tout de mieux valoriser et mettre en marché l'offre existante, en combinant patrimoine, nature et art de vivre méditerranéen (**nouvelle stratégie marketing)**
- ✓ La priorité est donnée à la **valeur plutôt qu'au volume** : montée en gamme, allongement des séjours et clientèles affinitaires (cible différente selon la saison).
- ✓ La stratégie cherche à développer le **printemps et l'automne**, tout en préservant le CA des entreprises l'été.
- ✓ La **mobilité** est mieux valorisée : train + vélo + séjour, lignes liO, ViaRhôna, information et services vélo, sans transformer le réseau existant.
- ✓ Face au **changement climatique**, l'action porte surtout sur les comportements : horaires, fraîcheur, désaisonnalisation et sensibilisation des professionnels.
- ✓ L'Office reste l'opérateur central et agit dans le cadre de ses missions et de son budget actuels.

C'est un scénario pragmatique, rapidement opérationnel et maîtrisé, mais qui ne permet pas d'agir directement sur les flux, le stationnement, la mobilité ou l'adaptation physique des sites.

2. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Le scénario 1 : l'OTI consolidé, « Mieux faire destination »



Idées d'action

1. Offre touristique

Des formules de séjour de 2 à 4 nuits, packagées avec les hébergeurs

L'office accompagne les hébergeurs volontaires pour construire des formules associant hébergement classé, une visite patrimoniale et une activité nature ou terroir > de quoi transformer une étape isolée, en marge du Pont du Gard ou d'Uzès, en un véritable séjour. Vendu sur la centrale de réservation de l'OT.

Repère / benchmark : *réseau national Vignobles & Découvertes (Atout France) + classifications Qualité Tourisme / Clef Verte > montée en gamme & positionnement*

2. Communication / promotion

Une campagne de conquête ciblée sur le printemps

Production et mise en marché d'offres patrimoine + nature + terroir pour une clientèle affinitaire (couples CSP+, cyclotouristes, familles), avec plan média et relations presse. Le printemps devient la saison-signature de la destination, sans renoncer à la valeur de l'été.

Repère / benchmark : *« montagne quatre saisons » (occupation été 61 %, printemps 37 %, automne 30 %) + voir les données de fréquentation de printemps d'ADN Tourisme, citées dans le diagnostic climat comme repères de désaisonnalisation réussie (Ramboll).*

3. Adaptation climatique

Une carte de la fraîcheur, diffusée en temps réel

Cartographie des points d'eau, zones ombragées et espaces climatisés accessibles au public, avec recommandation d'horaires de visite ; diffusion sur le site internet, en office (hub fraîcheur) et par QR code sur les sites les plus fréquentés. Une action de communication préventive, sans intervention sur les sites eux-mêmes ; accompagnement des pros par l'OT.

Repère / benchmark : *carte des points de fraîcheur de l'Hérault et dispositif « Destinations Fraîcheur » de Toulouse Tourisme, couplé à un titre de transport à tarif réduit lors des alertes ; démarche comparable recensée par la campagne britannique Cool Off in Culture en 2026.*

4. Mobilité

Une carte mobilité unique de la destination

Valorisation des lignes régionales liO 115, 121 et 152 comme lignes de découverte touristique > fiches horaires, points d'intérêt desservis, temps de parcours réels, sans transformation du réseau existant.

5. Tourisme expérientiel

Des sorties « en immersion » racontées, plutôt que de simples visites. Ex : cueillette de plantes sauvages suivie d'une dégustation, parcours commenté sur les traces romaines et l'ancienne léproserie de la garrigue (cf sentier de la léproserie).

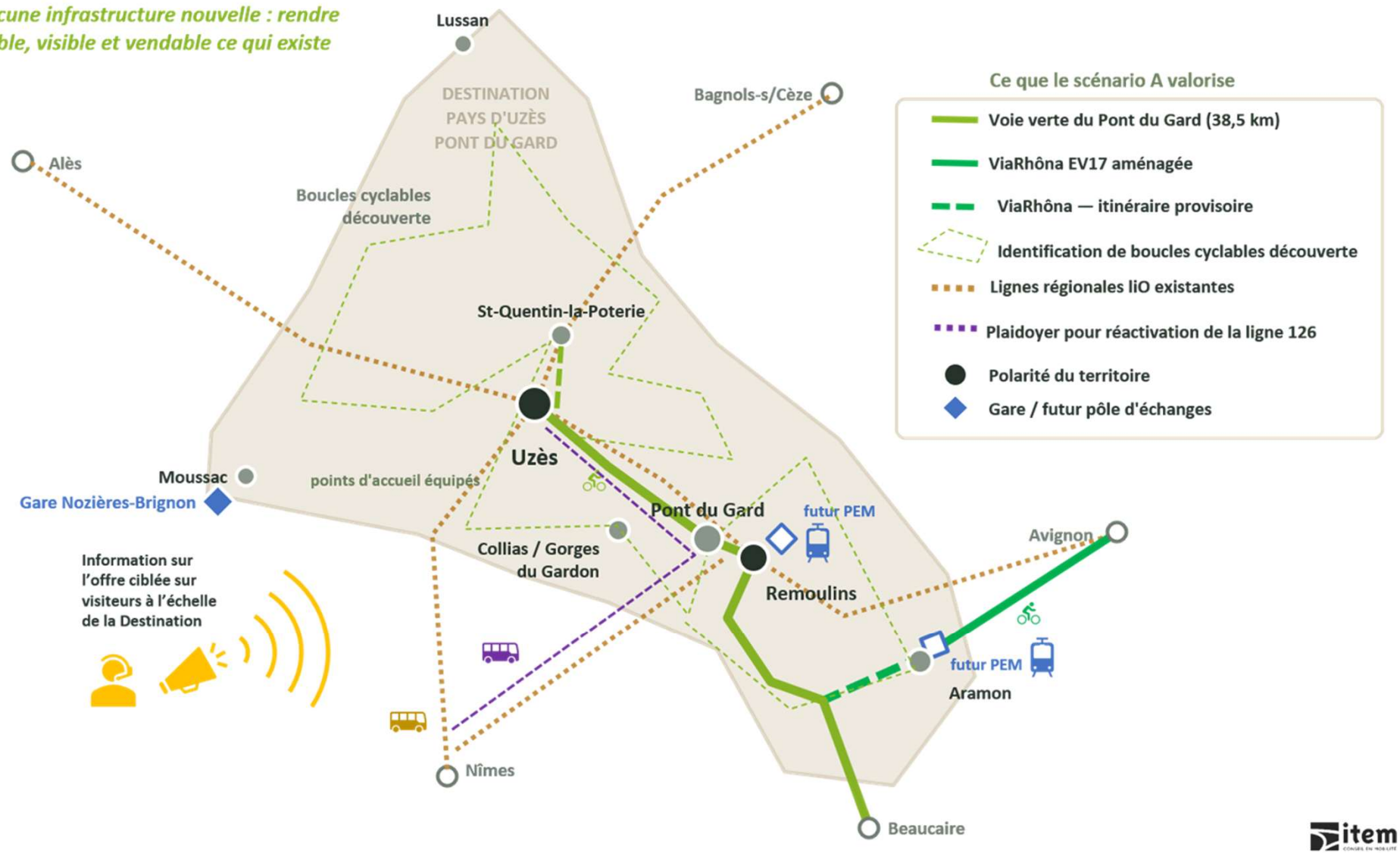
Exemple *issu d'un retour de terrain rapporté à l'atelier de février 2026*

« Golden Hour Uzès–Pont du Gard » : un programme de sorties premium au lever du jour et au coucher du soleil (visite du Pont du Gard à l'aube avant l'ouverture au public, dîner insolite en garrigue ou en troglodyte au crépuscule), positionné non pas comme un plan anti-canicule mais comme une offre de qualité et rare.

Repère / benchmark *: Avignon (lever de soleil sur le Pont Saint-Bénézet) ou Carcassonne (visites aux flambeaux)*

Scénario 1 – Schéma de principe de la mobilité

Aucune infrastructure nouvelle : rendre lisible, visible et vendable ce qui existe



2. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Le scénario 2 : « la destination pilotée », du développement au pilotage des équilibres

Le scénario 2 reprend le socle du scénario 1 mais va plus loin, en engageant progressivement un véritable pilotage de la destination. L'objectif est de **mieux articuler offre touristique, mobilités, gestion des flux, adaptation climatique et qualité de vie des habitants.**

- ✓ L'offre touristique est pensée comme un système cohérent : produit + accès + confort climatique, avec une meilleure diffusion des visiteurs et des retombées **vers les villages.**
- ✓ L'acceptabilité du tourisme et le soutien aux hébergeurs passe par la **maitrise des locations saisonnières,** voir des résidences secondaires – à l'échelle des 2 CC
- ✓ La **mobilité** devient un véritable levier de répartition des flux, avec navette saisonnière, mobilités douces et, progressivement, parkings-relais et régulation des accès.
- ✓ **L'adaptation climatique** ne repose plus seulement sur la sensibilisation : elle intègre progressivement l'adaptation physique des sites.
- ✓ Un **observatoire partagé** de la fréquentation en temps réel permet d'objectiver et diffuser les flux et de mieux orienter les décisions.
- ✓ La gouvernance repose sur une **coopération renforcée** entre les 2 CC et l'OTI, associant l'EPCC Pont du Gard et le SM des Gorges du Gardon, sans transfert de compétence. L'OTI devient ainsi animateur et facilitateur de la coopération, sans porter seul toutes les maîtrises d'ouvrage.

C'est un scénario plus ambitieux et structurant, mais progressif : 2027-2033 pose les fondations d'une destination pleinement pilotée au-delà de 2033.

Prise en compte du contexte de gouvernance : 2 EPCI aux relations parfois concurrentes, 1 EPCC Pont du Gard opérant de façon autonome, 1 syndicat mixte des Gorges du Gardon distinct de la structure touristique, et des tensions entre certaines communes > la bascule directe vers une destination pleinement pilotée sur 2027-2033 présenterait un décalage entre l'ambition et la maturité des acteurs. Le scénario 2 doit donc se déployer en 2 temps > 2027-2033 = phase de coopération (observatoire partagé, instance de coopération, convention de destination, 1ers projets structurels…)

2. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Le scénario 2 : « la destination pilotée »



Idées d'action

1. Offre touristique

Une tarification « jours verts / jours rouges », pilotée par l'observatoire

Les jours de forte tension sur les 3 sites majeurs, grâce à l'observatoire en temps réel, l'OT déclenche la mise en avant tarifaire vers les offres villages et producteurs > réductions, avantages : dégustation offerte chez un producteur, visite accompagnée gratuite d'un atelier d'art, réduction chez un partenaire…

Repère / benchmark : *les* « jours rouges » de la Cinque Terre Card (Parc national des Cinque Terre), qui fait varier l'accès aux sentiers selon l'affluence.

2. Communication / promotion

Une campagne printemps d'envergure portée par tous les acteurs

Définir ensemble la campagne de promotion et communication du printemps > mettre en commun les moyens, partager les outils, relais de la campagne par tous les acteurs/financeurs

Repère / benchmark : *PACT Cévennes (Plan d'Action Concerté des Territoires), piloté par le CRT d'Occitanie qui finance la promotion des ailes de saison avec les 3 ADT + le parc national des Cévennes + les 9 OT dont Uzès PDG (lancé en 2023 – 75 000€ sur 3 ans)*

3. Adaptation climatique

Un site pilote d'adaptation physique, avec jauge d'accès co-construite

Ombrage, désimperméabilisation et renaturation sur un secteur exposé (Gorges du Gardon/Collias ou abords du Pont du Gard), avec une jauge d'accès définie conjointement par les communes et les gestionnaires de site, financée via la Mission Adaptation ADEME-Cerema et le Fonds vert.

Repère / benchmark : *jauge quotidienne de la Calanque de Sugiton (Parc national des Calanques) > 400 visiteurs/jour contre 2 500 auparavant, depuis 2022 et reconduite jusqu'en 2027, sans effet de report constaté et avec une régénération des milieux amorcée (cf note Ramboll d'adaptation comme transposable au Gardon et à Collias)*

4. Mobilité

Une navette saisonnière testée dès 2028, avec parking-relais en amont

Expérimentation d'une navette reliant Saint-Quentin-la-Poterie – Uzès – Pont du Gard – Remoulins, desservant les hébergements de plus de 50 lits, couplée à un parking-relais déporté en amont du secteur le plus saturé et fermé en aval aux périodes de pointe.

Repère / benchmark : *modèle des parkings-relais déportés des Gorges de l'Hérault (cf note Mobilité item > référence éprouvée)*

Un pass destination unique : navette, vélo électrique et accès prioritaire

Un pass associant la navette saisonnière, la location de vélo à assistance électrique, un accès prioritaire aux sites et des avantages chez les producteurs partenaires > décliné à partir de l'expérimentation de la navette 2028, sur le modèle d'un city-pass évoqué en atelier mobilité.

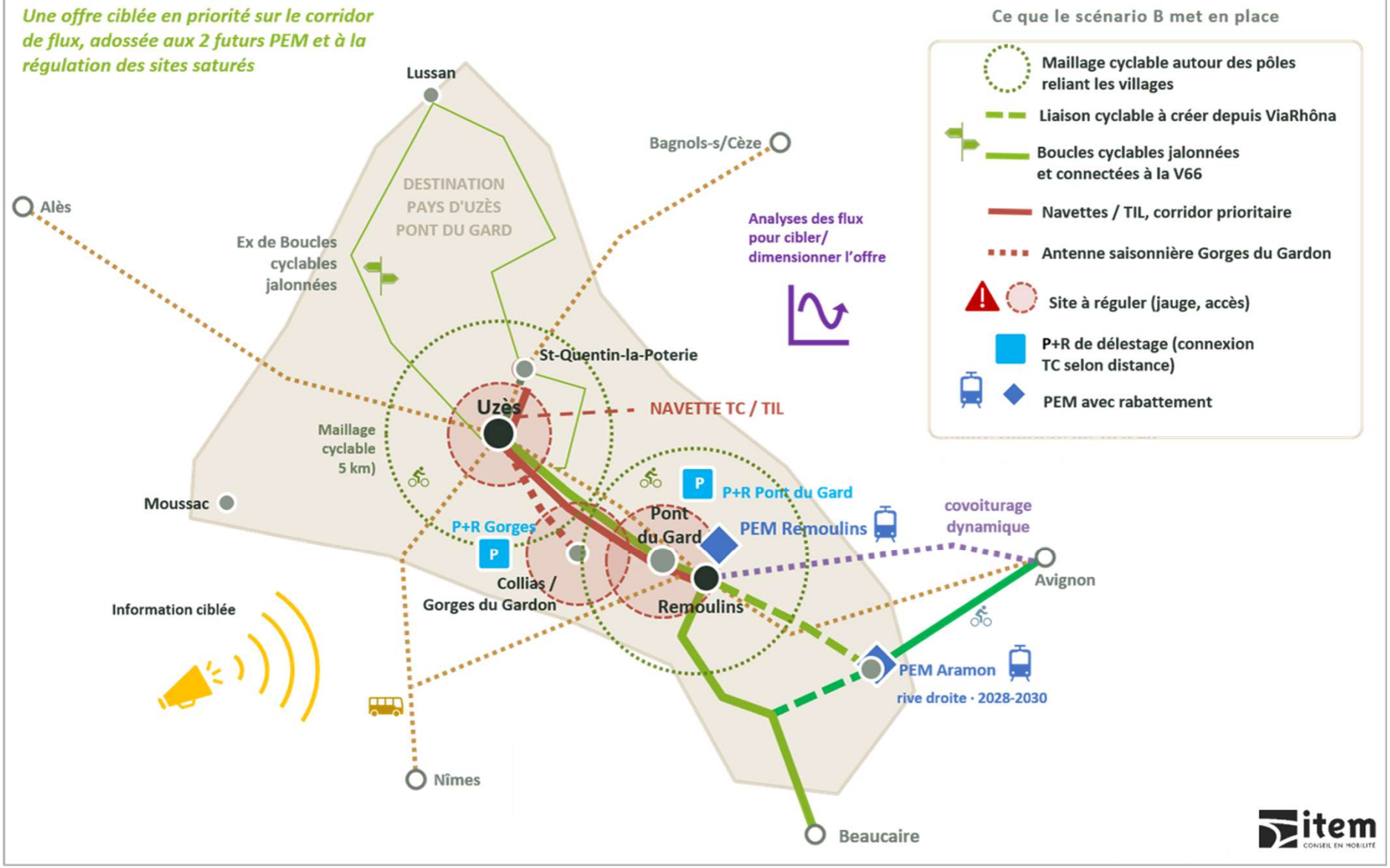
5. Régulation des meublés de tourisme

Un observatoire partagé pour objectiver les quotas en secteur tendu

Le pouvoir de police sur les meublés reste au maire ; l'OT vient en appui des communes en tension au niveau de l'habitat > accompagnement juridique + observatoire partagé du poids des meublés dans le parc de logement, pour objectiver les décisions d'enregistrement, de changement d'usage et de quotas prévues par la loi Lemeur.

Scénario 2 – Schéma de principe de la mobilité

Une offre ciblée en priorité sur le corridor de flux, adossée aux 2 futurs PEM et à la régulation des sites saturés



3. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Les 2 scénarios



	Scénario 1 — OT consolidé	Scénario 2 — La destination pilotée
Question de départ	Comment mieux faire notre métier d'office de tourisme ?	Comment engager le pilotage des équilibres par la coopération ?
Finalité visée	Une destination mieux vendue et mieux structurée (sans finalité de pilotage)	La destination pilotée, à atteindre au-delà de 2033 ; 2027-2033 en pose les fondations.
Ambition / mandat	Consolidation	Engagement gradué vers le pilotage, sans transfert de compétence imposé.
Rôle de l'OTI	Opérateur de la compétence tourisme	Animateur / facilitateur de la coopération de destination
Gouvernance / portage	OT + clarification des rôles.	Instance de coopération + convention de destination (souple, réversible), associant l'EPCC et le syndicat mixte.
Leviers structurels (flux, mobilité, climat)	Hors périmètre de l'OT (portés par les communes et les EPCI).	Engagés par l'observation partagée, des dispositifs consensuels et un site pilote, en maîtrise d'ouvrage répartie.
Meublés / acceptabilité	Reste communal (initiative individuelle)	Accompagnement des communes, appui technique et concertation, sans substitution au pouvoir de police.
Adaptation climat	Par la demande : désaisonnalisation, fraîcheur, sensibilisation, sobriété des pros.	Par la demande + un site pilote d'adaptation physique (Mission Adaptation, Fonds vert) ; filtre de soutenabilité à terme.
Moyens humains	Renfort marketing/observation à l'OT (réorganisation des missions, à moyens constants)	+ Chargé de projet data / mobilité, ingénierie de projet, animation de filière et de concertation.
Moyens financiers	Taxe de séjour + budget OT.	+ Appui ingénierie (Atout France flux, VTA-ANCT) et financements de projet (EPCI, ADEME, Fonds vert)
Horizon	Court terme, résultats rapides.	2027-2033 pour la mise en œuvre ; finalité au-delà de 2033.
Réussite mesurée par	Durée de séjour, panier moyen, notoriété hors saison.	Observatoire opérationnel, coopération effective, premiers projets structurels engagés, progression vers l'objectif de pilotage.

3. Scénarios de développement touristique 2027-2033

Les 2 scénarios



Avantages et inconvénients

Scénario 1 — L'office de tourisme consolidé

On mise sur ce qu'on maîtrise déjà, pour aller + vite

- **Atouts = faisabilité et vitesse**. Il reste dans le périmètre de compétence de l'office, mobilise des moyens maîtrisés, produit des résultats mesurables à court terme et présente un faible risque politique.
- **Limite = structurelle** : les principaux irritants des élus (mobilité, répartition des flux, stationnement, meublés, climat physique des sites) relèvent de leviers que ce scénario n'internalise pas.
- Il améliore la mise en marché sans agir sur les causes de la saturation ni sur la vulnérabilité climatique des sites.
- Répond donc partiellement à la priorisation (enjeux 2, 5, 3 et 6).

Scénario 2 — La destination pilotée

+ ambitieux, on prend le temps de traiter les causes

- **Atouts : il traite les enjeux à la racine** (diffusion pilotée des flux, mobilité, adaptation des sites, acceptabilité, implication ++ du Pont du Gard) par des dispositifs souples et réversibles : observation partagée, coopération conventionnelle, sans transfert de compétence ni régulation généralisée imposée. Permet de faire des **économies d'échelle** en mutualisant des moyens aujourd'hui dispersés entre tous les acteurs
- **Limites :** une mise en œuvre + longue ; davantage de coordination entre acteurs, avec des arbitrages parfois mal perçus localement (jauges, stationnement contraint) ; des moyens humains et financiers + importants à mobiliser dans la durée.
- **Faisabilité** conditionnée par l'équilibre politique entre les 2 CC, l'association effective de l'EPCC et du SMGG et la mise en place de l'observatoire partagé. **Les acteurs sont-ils prêts à s'engager tous ensemble autour de l'OTI ?** Maturité…

CONCLUSION

Prochaines étapes

1. **23/09 — Conseil d'administration de l'OTI**
   Choix du scénario, avant déclinaison en plan d'actions.

2. **1er octobre** (visio) **— Comité stratégique (les pros)**
   Expression des idées d'actions.

3. **6 → 18 octobre — Priorisation des actions**
   50 à 60 actions proposées, 20 à 25 retenues, via un vote en ligne ouvert aux acteurs publics et privés.

4. **4 novembre — Conseil d'administration élargi (final)**
   Validation de la stratégie, du plan d'actions et des moyens de mise en œuvre (RH, financier, gouvernance — qui fait quoi), selon le scénario et les actions retenus.

5. **4 ou 8 décembre— Réunion publique**
   Présentation de la stratégie et du plan d'actions aux acteurs locaux, publics et privés.