

L'économie touristique  
en Aveyron : analyse et perspectives

Des clés pour agir ensemble

Aveyron

PAYS D'EMOTIONS

[www.tourisme-aveyron.com](http://www.tourisme-aveyron.com)

# Des clés pour agir ensemble



L'ardente nécessité de prévoir.

Entre le facilement prévisible et le peu prévisible, une nécessité s'impose en tout cas : celle de faire de la prospective.

La prospective (à ne pas confondre avec la voyance) peut ainsi se résumer à une vision globale pour mieux appréhender la lumière des futurs possibles.

Cette vision du futur que je souhaite partager et construire avec vous doit croiser les enseignements de l'observation des comportements et de ses résultats avec les facteurs extérieurs – sociétaux, économiques, géopolitiques – affectant simultanément l'offre et la demande.

Cette grande famille du Tourisme Aveyronnais, que j'ai le plaisir d'animer, qui s'est engagée à relever le défi des objectifs fixés, a toujours su, avec audace et complicité, anticiper et s'organiser collectivement pour capter les revenus de cette économie qui profite à chaque Aveyronnais.

La prospective apparaît aujourd'hui comme une ardente obligation. L'avenir est moins une fatalité qu'une construction. Nos choix d'intervention pour que le tourisme de demain optimise ses ressources et maximise sa rentabilité auront des effets immédiats pour certains et plus lointains pour d'autres, mais ils participent à une véritable vision à long terme de la destination AVEYRON.

Je vous remercie de votre engagement à nos côtés.

**Jean-Claude LUCHE**

Président du Comité Départemental du Tourisme de l'Aveyron

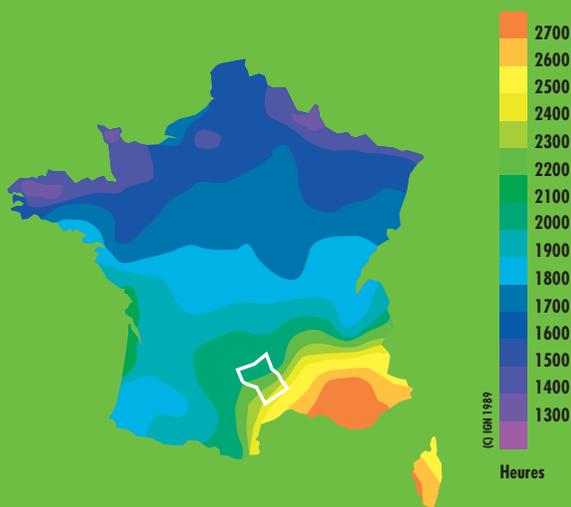


# L'Aveyron en quelques repères

## CARTOGRAPHIE



→ Situation Aveyron/France



Carte du climat

**Superficie** : 8 735 km<sup>2</sup> : 5<sup>e</sup> département français en superficie

**Altitude** : de 144 m dans la vallée du Lot à 1 463m sur l'Aubrac, dans le Nord Aveyron

**Population** : 275 889 habitants

**Densité** : 31,5 hab/km<sup>2</sup>

**Accessibilité** : • Accès routier : A75 – N88 – N140  
• Aéroport Rodez - Aveyron

**Découpage administratif** :

- 304 communes – 46 cantons – 3 arrondissements
- Préfecture : **Rodez** - S/Préfectures : **Millau, Villefranche-de-Rouergue**
- 5 Pays

## LA CAPACITÉ D'ACCUEIL

**198 500 lits touristiques**  
dont 31% de lits touristiques marchands

49,1% Répartition du parc d'hébergements marchands de l'Aveyron en 2011



Campings



Meublés de Tourisme



Hôtellerie Homologuée



Villages / Centres Vacances



Autres Hébergements Collectifs



Chambres d'Hôtes



Résidences de Tourisme



Hôtellerie Non Homologuée

## L'HÉBERGEMENT EN CHIFFRES

- 226 hôtels
- 166 campings et PRL
- 22 villages et maisons familiales de vacances
- 900 chambres d'hôtes labellisées ou déclarées en mairie
- 1 400 locations labellisées ou classées

# L'Aveyron : de multiples idées de séjour

## → LE PATRIMOINE NATUREL

- une grande qualité et une diversité de paysages : causses, gorges et vallées, plateaux, monts...
- les rivières et les grandes vallées du Lot, de l'Aveyron et du Tarn
- de nombreux lacs de retenue dont le Lac de Pareloup (1 200 ha)
- le Parc Naturel Régional des Grands Causses et le futur Parc Naturel Régional de l'Aubrac

**l'Aveyron : 1<sup>er</sup> département  
écologique de France**  
(selon l'hebdomadaire La Vie - 11/2011)

## → LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL ET CULTUREL

- environ 600 monuments et sites classés ou inscrits
- 10 villages labellisés parmi "les plus beaux villages de France" dont Conques et de nombreux villages de caractère
- 23 châteaux de la Route des Seigneurs du Rouergue
- le chemin de Saint Jacques de Compostelle : la Via Podiensis traverse l'Aveyron
- deux inscriptions au titre du patrimoine mondial par l'UNESCO :
  - le chemin de Saint-Jacques de Compostelle avec ses monuments
  - les Causses et les Cévennes
- 5 sites du Larzac Templier et Hospitalier
- 6 bastides du Rouergue
- près de 80 musées dont le Musée Soulages - Rodez

## → LES SITES VISITABLES

- viaduc de Millau
- caves de Roquefort
- coutelleries de Laguiole
- visites de fermes
- Micropolis

**Plus de 300 sites  
de découverte  
économique**

## → LES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

- plus de 230 prestataires d'activités de pleine nature
- une gamme d'activités très large : randonnée pédestre et équestre, vélo et VTT, activités nautiques, sports d'eaux vive, sports aériens, escalade...
- 900 km de sentier de Grande randonnée, 4 000 km de petite randonnée
- variété des sites de pêche, 300 km de parcours ouverts

## → LA GASTRONOMIE

- des spécialités et produits emblématiques : aligot, roquefort, tripoux, gâteau à la broche, fouace, AOC et IGP
- 6 chefs étoilés et de nombreux restaurants renommés
- plus de 700 restaurants

## → L'ACCUEIL

- 38 Offices de tourisme et 22 Syndicats d'initiatives
- l'aire de vision du Viaduc, l'aire de l'Aveyron sur l'A75

**Plus de 500 hébergeurs  
professionnels,  
1 700 propriétaires de gîtes  
ou de chambres d'hôtes**

# L'Aveyron : les principaux chiffres

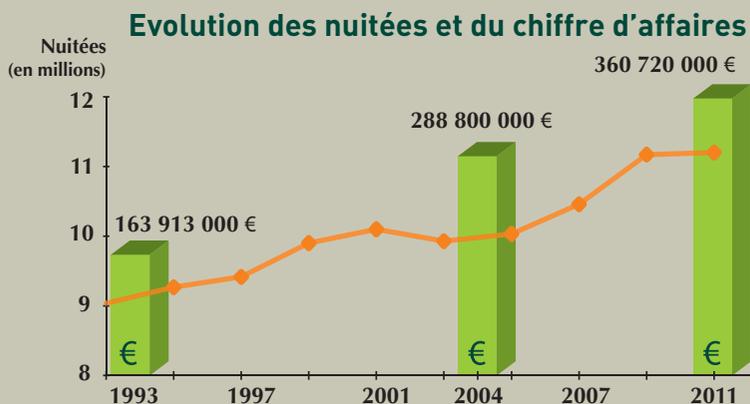
## → Les chiffres clés du tourisme

### Emplois

3 000 emplois  
salariés en 2010

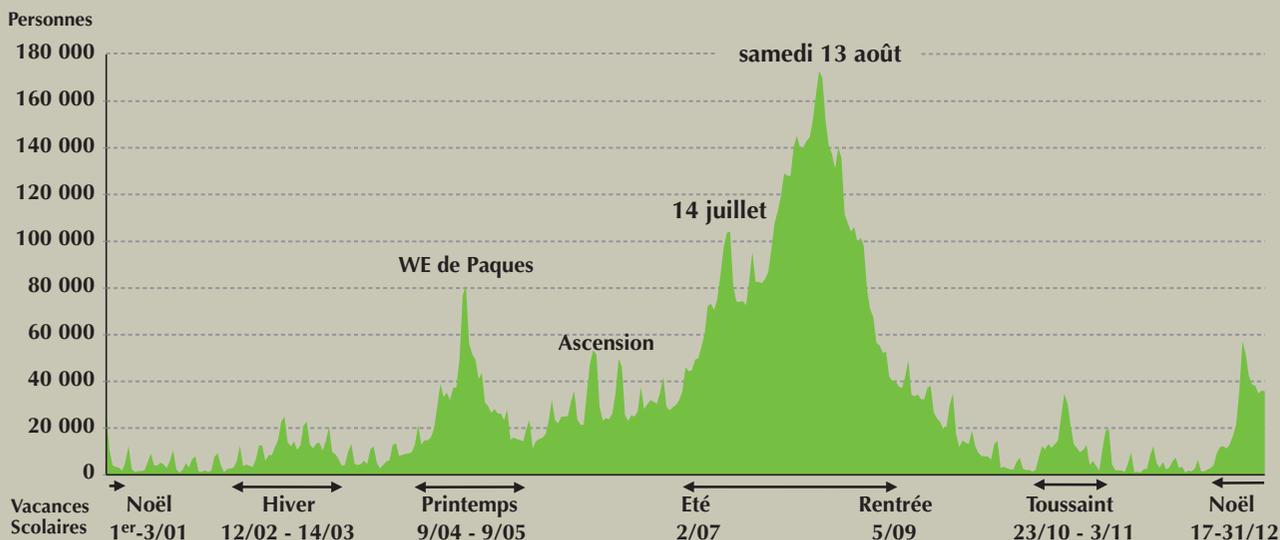
### Performance économique de l'Aveyron

2011 : Plus de  
360 millions  
de chiffre d'affaires direct

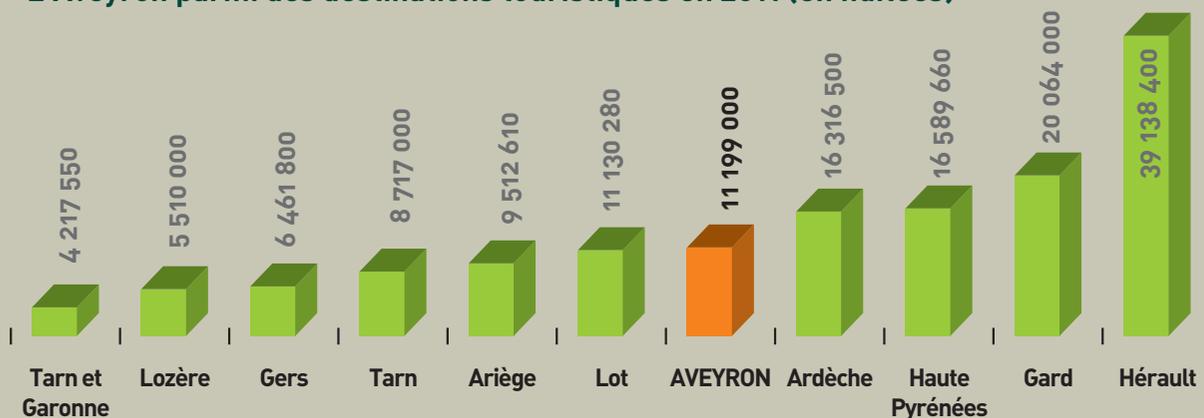


## → La fréquentation touristique en 2011

- 11 199 000 nuitées
- 174 131 touristes présents en Aveyron le samedi 13 août 2011

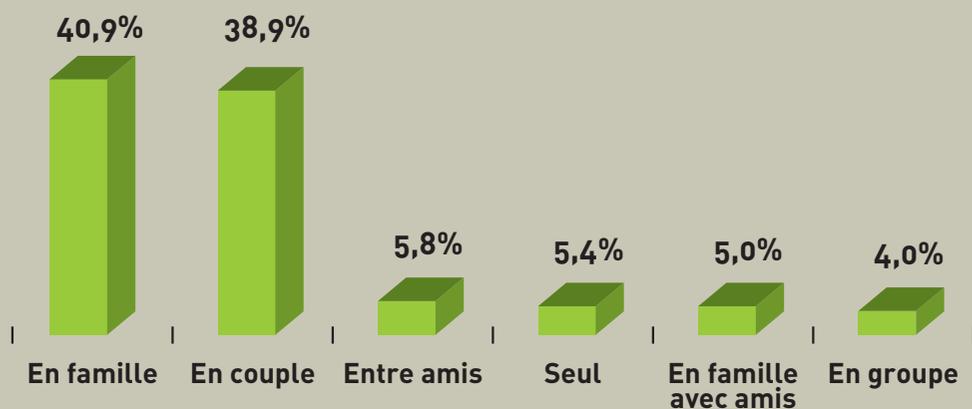


## L'Aveyron parmi des destinations touristiques en 2011 (en nuitées)



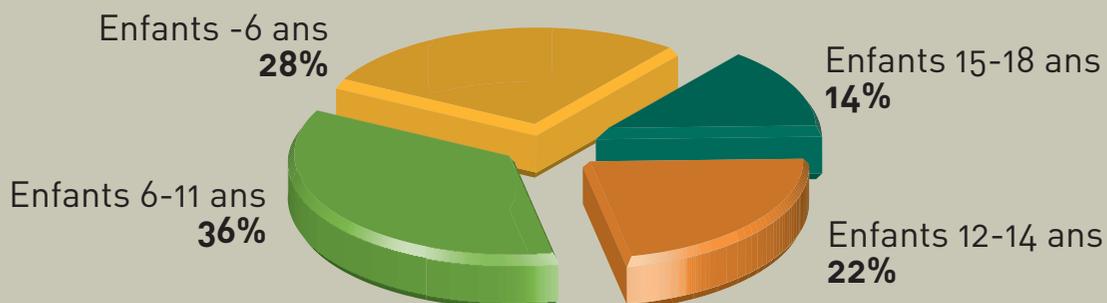
# L'Aveyron, destination touristique plébiscitée par les familles et les couples

→ Essentiellement des **familles** ↗ et des **couples** ↘



→ **37%** des touristes sont **accompagnés d'enfants** ↗

→ Les **moins de 11 ans** sont les plus nombreux : **64%**



→ **L'été** : **48%** des touristes sont **en famille**

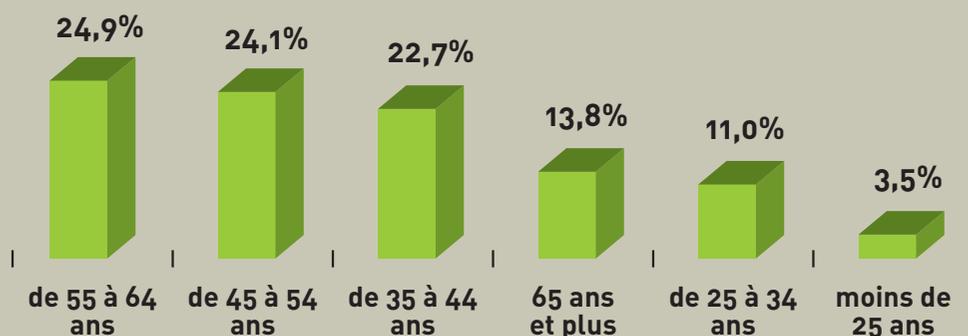
→ **Les couples** très présents à **l'automne** : **46%**  
et au **printemps** : **40%**

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Penser une offre aveyronnaise pour l'enfant (prescripteur au sein de la famille)
- « Renforcer la thématisation de l'offre pour répondre aux attentes de nos clientèles : couples, familles avec enfants...
- « Développer les thématiques sur lesquelles nous avons des avantages concurrentiels : randonnée, gastronomie, patrimoine, pleine nature...

# L'Aveyron, destination touristique plébiscitée par les seniors, les retraités et les classes moyennes

- La **moyenne d'âge** est de **49 ans**
- Les **seniors** (+ de 54 ans) représentent **près de 40%**
- **Hausse des retraités**
- Les familles sont principalement dans la tranche d'âge des **35-44 ans**



- Majorité d'**actifs** (71,6%)
- Majorité de **classes moyennes**
- Progression des **cadres supérieurs**



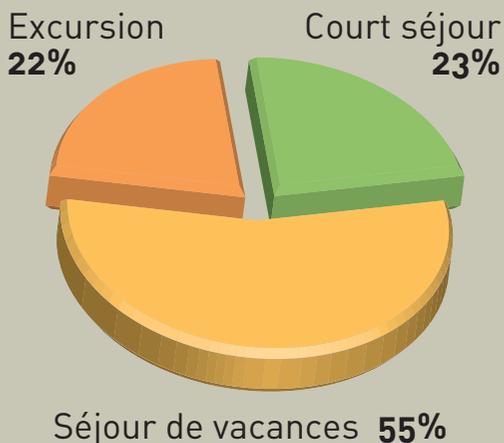
## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Attirer une clientèle nouvelle plus jeune (enjeu des enfants prescripteurs)
- « Conforter la clientèle des seniors, notamment en avant et arrière-saison
- « Travailler sur la qualité
- « Maintenir un bon rapport qualité / prix pour la destination Aveyron
- « Favoriser un tourisme de découverte



# La dualité : longs séjours / courts séjours

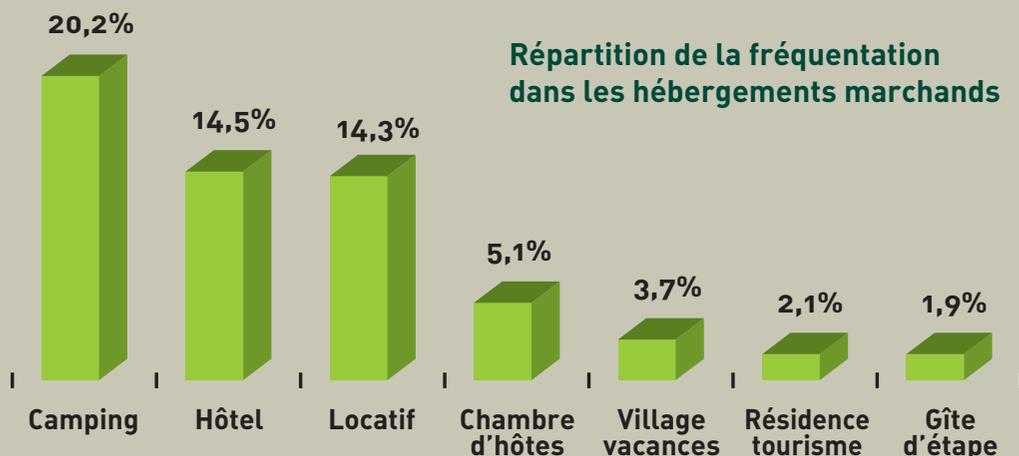
→ L'Aveyron confirme son statut de destination de séjours de vacances tout en s'affirmant destination de week-end et de court séjour



Type de séjour	Durée moyenne
Excursion	1 jour
Week-end/Court Séjour	2,5 jours
Vacances	12,9 jours

La durée moyenne des longs séjours est supérieure de 30% à la moyenne française : 12,9 jours contre 9,9 jours (Memo France 2010).

→ L'Hébergement marchand est majoritaire tout au long de l'année sauf en hiver



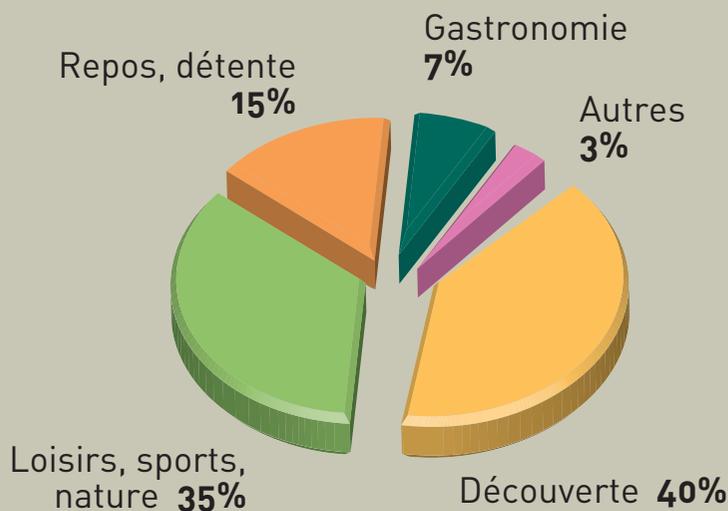
## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Développer la présence, la visibilité et l'accessibilité de l'offre aveyronnaise sur Internet
- « Développer l'offre en combinant :
  - pour les couples : courts séjours / hors saison / en hôtel ou en camping-car
  - pour les familles : séjours de vacances / en été / en hôtellerie de plein air, en locatif ou en village de vacances
- « Mettre en ligne nos disponibilités sur internet en temps réel

Nos atouts :

nature, patrimoine, activités de plein-air,  
gastronomie, savoir-faire, art de vivre...

### → La principale activité pratiquée durant le séjour



### → Les enfants aiment :

1. Les visites de sites
  - soit avec les parents
  - soit spécialement adaptées
2. La baignade
3. La promenade et la randonnée

### → Pourquoi sont-ils venus en Aveyron ?

**Par envie de découvrir le département**

Pour participer à un évènement sportif/culturel

Pour les parents ou amis

**Pour pratiquer des activités de plein air**

Pour découvrir productions locales/savoir-faire

**Pour son environnement naturel**

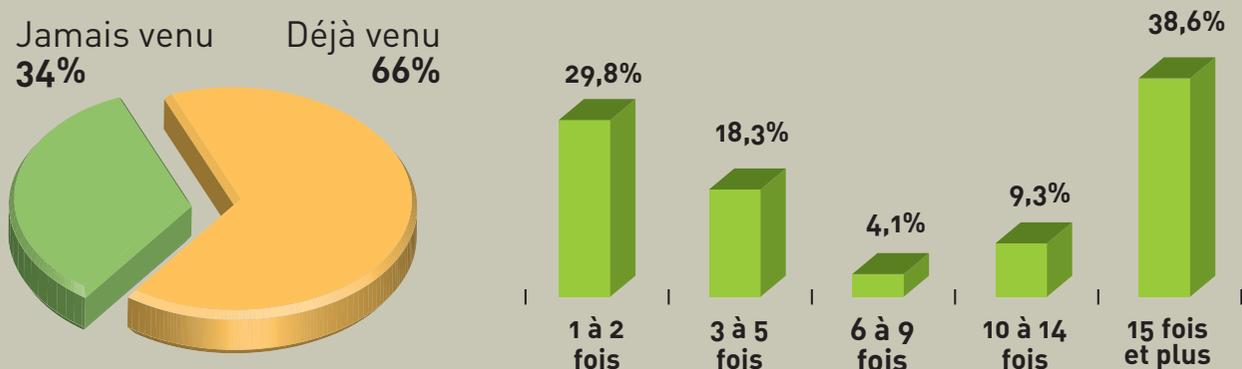
**Pour son calme et sa tranquillité**

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Renforcer la synergie Tourisme / Culture / Sport (évènementiels)
- « S'appuyer sur les Aveyronnais ambassadeurs du département
- « Aménager des lieux de baignade
- « Renforcer les synergies avec l'économie (productions locales)

# L'Aveyron, une fidélisation remarquable

## → Des clients très fidèles



## → 78% des clients très enclins à revenir

- pour poursuivre la découverte de l'Aveyron
- pour les parents et amis

## → 1 touriste sur 3 est un nouveau client

Zoom sur le nouveau client de l'Aveyron :

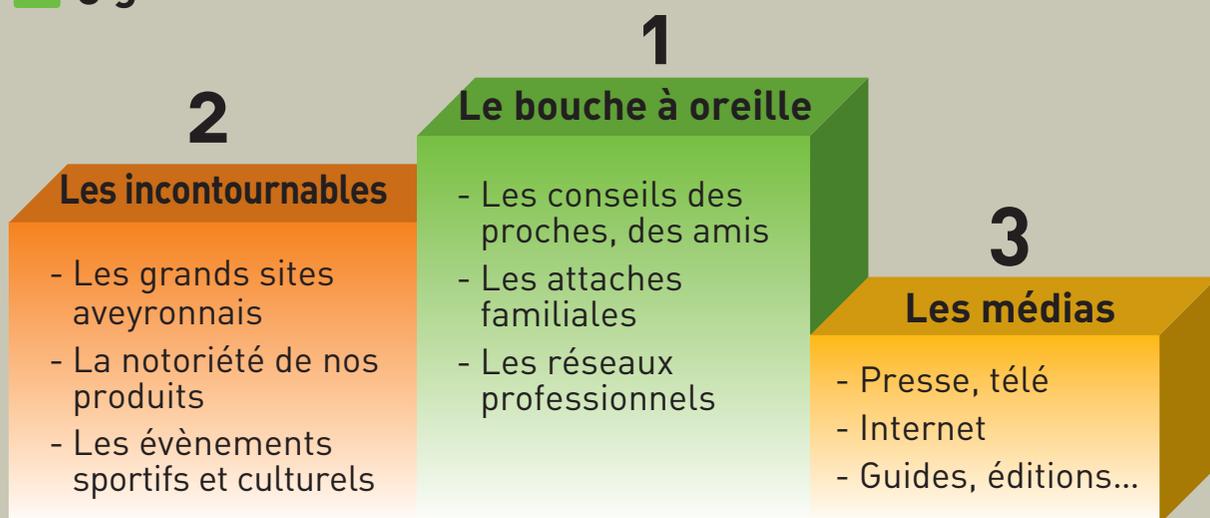
- profil : âgé de **35 à 54 ans** – en famille – plutôt issu des classes moyennes
- plutôt **présent en été** lors d'une étape ou en séjour de vacances
- pour **découvrir le département** ou randonner sur le **Chemin de St Jacques**
- en **hébergement marchand** réservé via **internet**

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Faire de nos clients fidèles des ambassadeurs de l'Aveyron les faire témoigner / les faire recruter
- « Faire des enfants des ambassadeurs-juniors de l'Aveyron
- « Tenir les promesses faites aux clients : accueil / services / langues étrangères / outils mobile / signalétique dans les OTSI / ...
- « Renouveler notre clientèle
- « Analyser la consommation des résidents secondaires

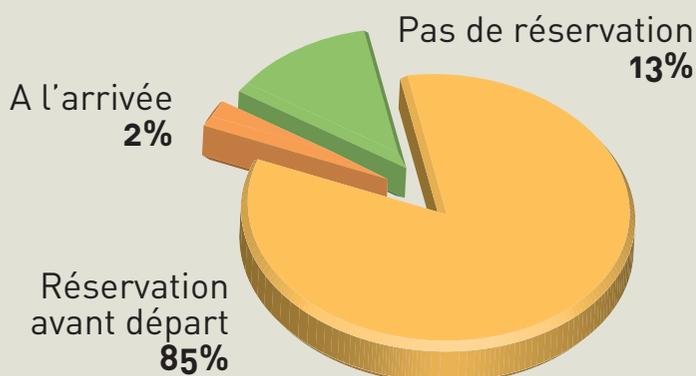
# Comment ont-ils connu l'Aveyron ?

→ 3 grandes entrées



## Des touristes organisés

→ 85% des touristes ont réservé avant le séjour



Réservation de l'hébergement avant le départ par :

- Internet : 45%
- Téléphone : 40%

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Inciter nos clients à témoigner sur les réseaux sociaux (blogs, photos, Facebook...)
- « Mobiliser nos « ambassadeurs »
- « Mettre en valeur nos sites emblématiques, produits locaux, évènementiels sportifs et culturels dans notre promotion collective / jouer « groupés »
- « Structurer notre offre sur internet pour une meilleure accessibilité commerciale
- « Ne pas oublier l'accueil réel (physique ou téléphonique)

# Des dépenses moyennes contrastées selon les nationalités et les saisons

## → Dépense moyenne par jour et par personne

**32,21 €**

	Français :	32,23 €
	Espagnol :	37,73 €
	Belge :	34,80 €
	Britannique :	30,76 €
	Néerlandais :	25,42 €

## → Dépense et hébergements privilégiés selon la saison

	<b>Printemps</b>	<b>35,25 €</b>	Hôtellerie, Camping-car
	<b>Eté</b>	<b>30,41 €</b>	Camping, Locatif
	<b>Automne</b>	<b>45,36 €</b>	Hôtellerie
	<b>Hiver</b>	<b>27,84 €</b>	Résidence secondaire Parents et amis

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Mettre en valeur l'Aveyron aux couleurs du printemps et de l'automne, saisons à forte valeur ajoutée
- « Renforcer les actions pour les clientèles à fort pouvoir d'achat (seniors/automne, étrangers/printemps)
- « Se former aux langues étrangères
- « Valoriser les lignes de l'aéroport Rodez-Aveyron

# Des dépenses moyennes très diverses selon les hébergements et les types de séjours

## → Dépense moyenne par jour et par personne

**32,21 €**

## → Hébergement marchand : 38,62 €

- Hôtel 76,77 €
- Chambre d'hôtes 76,39 €
- Locatif 35,23 €
- Camping 27,98 €
- Camping-car 24,20 €

## → Hébergement non marchand : 22,41 €

- Résidence parents/amis 20,01 €
- Résidence secondaire 24,35 €

## → Type de séjour

- Excursion 28,32 €
- Court séjour 63,09 €
- Long séjour 30,63 €

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Pour les courts séjours en particulier : être présent et visible sur internet (gestion des disponibilités, paiement en ligne, distribution multicanal)
- « Former les professionnels aux nouveaux circuits de distribution
- « Renforcer nos actions sur les marchés de proximité (moins de 3 heures de temps d'accès)

# L'accueil : 98% des touristes sont satisfaits

## → Dans les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative



- Accueil de qualité
- Satisfaction quasi-totale



- Accueil en langues étrangères

## → Dans les hébergements marchands



- Calme
- Accueil
- Environnement
- Situation géographique



- Connexion à Internet/wifi
- Tri sélectif
- Manque d'informations sur les animations

## → L'accueil général



- Accueil en Aveyron
- Accueil sur les sites touristiques
- Qualité de la gastronomie
- Valorisation du patrimoine bâti



- Ouverture des commerces et services
- Signalisation touristique
- Evolution des prix

## → Quelques souhaits d'amélioration / des axes de progrès

- Signalisation / signalétique des lieux et équipements touristiques
- Ouverture des commerces
- Equipements et aménagements de loisirs (sentiers/bords de plans d'eau et rivières)

## → Quelques souhaits et suggestions d'amélioration pour les enfants

- Les activités et animations (quel que soit l'âge)
- Les lieux destinés aux activités et sports de loisirs (lieux de baignade / parcs et aires de jeux)
- Un meilleur accès à internet (surtout pour les plus de 11 ans)

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Démultiplier les outils d'accueil auprès des professionnels
- « Mieux valoriser nos espaces potentiels de baignade (lacs, rivières)
- « Créer du lien entre les sites
- « Améliorer et harmoniser la signalétique
- « Rester une destination reconnue en terme de rapport qualité/prix

# En Aveyron, les touristes aiment :

→ Un environnement naturel, des paysages remarquables

richesse **beauté** variété **espace**  
verdure, immensité des plateaux relief  
**diversité** terre de contrastes **sauvage**

→ Une qualité de vie, un art de vivre

calme **tranquillité** convivialité des habitants  
**accueil** **gastronomie**  
spécialités locales tradition du bien-vivre  
**repos** envie de partager

→ Une ruralité, une économie basée sur des vrais savoir-faire

campagne **respect des traditions**  
**authenticité** **racines**  
économie rurale **élevage** vaches/moutons

→ Un patrimoine historique et culturel très riche

petit patrimoine **histoire** **héritage**  
**architecture** **monuments**  
patrimoine bâti beauté du patrimoine

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Face à une concurrence de plus en plus vive, marquer collectivement notre différence
- « Renforcer les passerelles entre le tourisme et les productions locales
- « Dégager collectivement une image à part dans le tourisme rural
- « Développer l'attractivité du département à partir du tourisme (entrepreneurs, nouveaux arrivants, jeunes retraités...)

# En Aveyron, les touristes aiment moins :

## → Une circulation difficile

**réseau routier** accès pour les camping-cars  
distances transports en commun  
**signalétique** gravillons conduite des Aveyronnais 😊

## → Des commerces et des services parfois insuffisants

périodes d'ouverture **accueil**  
disparition de commerces prix pratiqués  
désertification de certains lieux

## → Un accueil sur site parfois insuffisant

entretien et propreté des sites  
**manque d'activités**  
en dehors de la haute saison estivale

## → Des équipements perfectibles

équipements des sites et des chemins

**faiblesse** de l'accès à Internet  
aménagement et aux réseaux mobiles  
des lieux de baignade

## ENJEUX POUR L'AVEYRON

- « Engager un effort pour les animations au printemps et à l'automne
- « Renforcer l'adaptation aux nouveaux comportements des touristes (exigence accrue, « tout tout de suite », internet...)
- « Poursuivre la mise en valeur de nos espaces naturels
- « Concilier ouverture et protection

# Synthèse

## Challenges pour le tourisme aveyronnais

### → Nos Atouts

- Notre patrimoine naturel, culturel, architectural, ...
- Notre art de vivre (convivialité, gastronomie, nos savoir faire ...)
- Une offre d'hébergements et des animations de qualité
- Un bon rapport qualité / prix
- L'A75 / l'aéroport
- Des clients satisfaits et fidèles
- Une notoriété (médias , presse et TV) et une visibilité (Internet) grandissantes

### → Nos Faiblesses

- Pas assez de liens entre les sites, les territoires aveyronnais
- Les animations au printemps et à l'automne
- Notre accessibilité commerciale sur internet
- Notre signalétique
- Nos horaires d'ouverture
- L'accueil des clientèles étrangères

### → Nos challenges collectifs

- Poursuivre l'adaptation de notre offre aux nouveaux comportements des touristes (Internet, horaires, langues étrangères, ...)
- Face à une concurrence de plus en plus forte, marquer collectivement notre différence / Jouer "collectif" autour d'une image à part de l'Aveyron
- Thématiser plus fortement notre offre : par saison (printemps, automne) / par clientèle (enfants-seniors, ...) / par activité (randonnées, cyclotourisme, pêche, pleine nature...)
- Garder un rapport qualité / prix différenciant pour l'Aveyron
- Faire de nos clients de véritables ambassadeurs pour amplifier le bouche à oreille (réseaux sociaux)
- Poursuivre l'aménagement de notre territoire en développant de façon équilibrée le tourisme

# Aveyron

PAYS D'EMOTIONS

<http://professionnels.tourisme-aveyron.com>



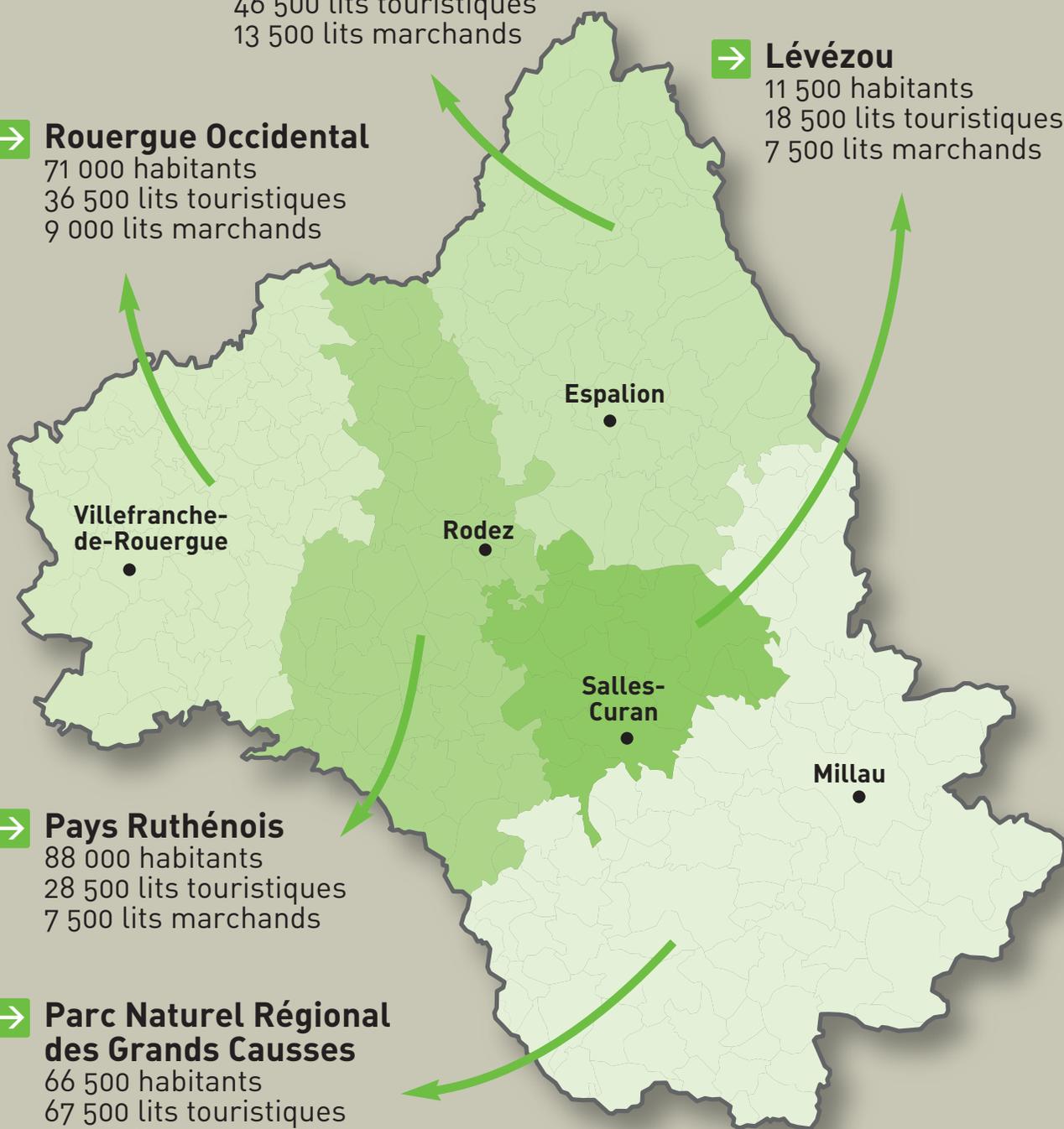
# L'Aveyron

## Zoom sur les territoires

→ **Haut Rouergue**  
38 500 habitants  
46 500 lits touristiques  
13 500 lits marchands

→ **Lézézou**  
11 500 habitants  
18 500 lits touristiques  
7 500 lits marchands

→ **Rouergue Occidental**  
71 000 habitants  
36 500 lits touristiques  
9 000 lits marchands



→ **Pays Ruthénois**  
88 000 habitants  
28 500 lits touristiques  
7 500 lits marchands

→ **Parc Naturel Régional  
des Grands Causses**  
66 500 habitants  
67 500 lits touristiques  
21 000 lits marchands

Les résultats en détail sur :

[www.enquete-aveyron.com](http://www.enquete-aveyron.com)

### → Lexique

**CAPACITE D'ACCUEIL** : totalité des lits touristiques disponibles sur un territoire (lits marchands + lits non marchands)

**HEBERGEMENT MARCHAND** : hébergement commercialisé (hôtels, campings, ..).

**HEBERGEMENT NON MARCHAND** : lits à usage privé en résidences secondaires ou résidences principales pour l'accueil de parents et amis.

**EXCURSION** : présence sur 1 jour sans nuit

**COURT SEJOUR** : séjour de une à trois nuits.

**VACANCES / LONG SEJOUR** : séjour d'au moins 4 nuits et plus.

**NUITEE** : nombre de nuits passées dans un hébergement x nombre de clients (ex : 2 personnes séjournant 3 nuits dans un hôtel = 6 nuitées)

### → Méthodologie d'enquête

Enquête de clientèle menée sur l'année 2011 auprès des clientèles touristiques présentes en Aveyron, par interrogation sur sites, sur la base d'un questionnaire de plus de 80 questions administré sur IPAD par des enquêteurs et traité sur Modalisa.

2 253 personnes interrogées (plus de 600 heures d'entretiens)  
dont 62% en hébergements marchands

### → Sources d'informations

- CDT de l'Aveyron
- BET F. Marchand
- Cathy Jousset, consultant
- Pôle Emploi – Unistatis
- INSEE
- Météo France



**Réalisation :**  
**Comité Départemental  
du Tourisme de l'Aveyron**  
17 rue Aristide Briand - BP 831-12008 RODEZ Cedex

L'utilisation de tout ou partie de ce document doit faire référence à son origine et porter la mention "Comité départemental du tourisme de l'Aveyron". Le contrevenant s'expose aux poursuites prévues dans le cadre de la protection sur la propriété intellectuelle.

**Imprimé avec des encres végétales  
sur du papier 100% certifié PEFC (issus  
de forêts gérées de façon durable),  
et vernis acrylique à l'eau.**

Crédit photo de Couverture : © C.E.V.M Eiffage  
Conception-Impression :  
Bic-Graphic/Grapho 12 Imprimeur  
Imprimé à 3 000 exemplaires - 10/2012