

**L'Agence des Pyrénées, un
laboratoire de réflexion et d'action
pour faire des Pyrénées une
destination leader en terme de
tourisme respectueux des espaces
et de l'environnement**

L'AGENCE DES PYRÉNÉES

L'Agence des Pyrénées, la fusion de trois structures de développement du massif : l'ADEPFO, La Confédération Pyrénéenne du Tourisme et le CIDAP

La Agencia de los Pirineos, el resultado de la fusion de très estructuras de desarrollo del macizo pirenaico francés : la ADEPFO, la Confederacion Pirenaica del Turismo y el CIDAP.

Une feuille de route opérationnelle autour de quatre grands défis
Una hoja de ruta operativa en torno a cuatro grandes retos

- **Développer des activités, des projets, de nouveaux usages pour renforcer la prospérité de nos vallées**
Desarrollar actividades, proyectos y nuevos usos para reforzar la prosperidad de nuestros valles
- **Valoriser l'image des Pyrénées et renforcer leur rayonnement au niveau national, européen et international,**
Mejorar la imagen de los Pirineos franceses y reforzar su influencia a nivel nacional, europeo e internacional,
- **Préserver des espaces naturels et une biodiversité uniques et souvent menacés,**
Preservar áreas naturales únicas y a menudo amenazadas y la biodiversidad,
- **Animer le réseau des acteurs pyrénéens et créer une communauté d'action.**
Animar la red de actores pirenaicos y crear una comunidad de acción.



Le tourisme durable, au cœur de la feuille de route de l'Agence des Pyrénées

- La transition du tourisme en montagne, un sujet de préoccupation nationale qui a fait l'objet d'Etats généraux en 2021 avec une forte mobilisation des acteurs pyrénéens
- Faire des Pyrénées une destination de référence en matière de tourisme respectueux des espaces et de l'environnement : l'objectif stratégique phare du contrat de destination Pyrénées 2022-2026
- De nombreux accompagnements engagés par l'Agence des Pyrénées en appui aux dynamiques territoriales sur ce sujet.
- Exemple : mise en tourisme durable de la vallée d'Oo, storytelling de la destination Canigo, diversification de la station du Somport, accompagnement de Trio
- Un sujet au cœur de projets de coopération transfrontalière en lien avec Andorra Research Innovation et d'autres partenaires



Quelques convictions / constats

- Les Pyrénées ont une carte à jouer dans des démarches d'hospitalité
- Les visiteurs sont attirés bien entendus par la nature préservée, les grands sites, les paysages mais plus globalement par une expérience de « Voyage aux Pyrénées » qui s'appuie sur une dimension humaine / incarnée / authentique, en quelques sortes sur une « modernité alternative »
- Valoriser les territoires touristiques comme des territoires de vie est donc absolument essentiel

Un fil rouge « Les Pyrénées se trouvent au bout de votre chemin »



Quelques défis pour les acteurs du tourisme

- Travailler sur la diffusion et la régulation des flux et convaincre les acteurs des « grands sites » que ces démarches sont créatrices de valeurs et pas l'inverse
- Créer des offres touristiques innovantes qui valorisent le patrimoine naturel et immatériel de la destination (sylvothérapie, balades contées, montée en estive avec les bergers, etc.)
- Travailler des offres sans voiture
- Renforcer la création de valeur autour de l'itinérance (à pied ou à vélo) avec des package qui facilitent l'expérience client

