

MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

L'agritourisme, un levier d'amélioration de l'expérience itinérante

Le cas du GR®736 du Parc naturel régional des Grands Causses

Présenté par :

Marie CORNIGLION

L'agritourisme, un levier d'amélioration de l'expérience itinérante

**Le cas du GR®736 du Parc naturel régional des
Grands Causses**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e).

« Les itinéraires de grande randonnée pédestre en France sont un moyen de connaissance, de son propre corps, mais également de la nature, de la géographie, des paysages et de l'histoire. Ils permettent ainsi la compréhension du caractère de la région parcourue par la contemplation directe. »

Jean Loiseau, le « père » des sentiers de Grande Randonnée pédestre en France, 1947

À mon père

Et à ma mère

Remerciements

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude au Parc naturel régional des Grands Causses qui m'a accueillie pour ces 6 mois de stage. Je souhaite particulièrement remercier Sandrine Charnay, (cheffe de projet attractivité touristique sports de nature et itinérances), Audrey Puechbroussoux (chargée de mission alimentation) et Eric Fauconnier (Directeur général adjoint) pour leur accompagnement et le temps qu'ils m'ont consacré tout au long de ce stage.

Je remercie chaleureusement ma maître de mémoire, Madame Jacinthe Bessière, pour m'avoir guidée et apporté ses précieux conseils tout au long de la rédaction de ce mémoire. J'exprime toute ma reconnaissance à Madame Jacinthe Bessière et Madame Catherine Siberas (Directrice de l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron) pour m'avoir mise en relation avec le Parc naturel régional des Grands Causses. Je remercie l'ensemble des enseignants pour leurs interventions tout au long de mes deux années de Master Tourisme et Développement, tout spécialement Messieurs Sébastien Rayssac et Emmanuel Salim ainsi que Madame Julie Bousquet pour m'avoir accompagnée dans la recherche de stage.

Je souhaite adresser mes remerciements à l'ensemble de l'équipe du Parc naturel régional des Grands Causses. Je remercie Elodie Lacassagne-Pradalier (en charge de l'attractivité et de l'agritourisme) ainsi que Maxime Fabre (Chargé de mission Animation Dispositifs Digitaux Tourisme) de l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron pour leurs réponses à mes questions. Je souhaite remercier également Stéphane Adam, Ophélie Peirin et Mélanie Da Cunha de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France pour leur disponibilité et les formations liées à la Marque Valeurs Parc et à la Plateforme Destination Parc.

Mes remerciements vont également à toutes les personnes interrogées dans le cadre de cette étude pour leur disponibilité. Enfin, un grand merci à Madame Béatrice Leclercq pour avoir relu mon mémoire et pour m'avoir encouragée tout au long de mes études. Je tiens à exprimer ma reconnaissance à Sandrine Charnay, Pauline Bulteel-Fournier et Dorothée Fournier, ainsi qu'Éric Fauconnier, pour leurs précieuses relectures et leurs conseils avisés.

Sommaire

Remerciements.....	7
Sommaire.....	8
Introduction générale	8
PARTIE 1 : LES TERRITOIRES MONTAGNARDS UN ATOUT POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRITOURISME ET DE L'ITINÉRANCE	10
Introduction de la partie 1	11
Chapitre 1 : La montagne, un territoire aux richesses infinies	12
Chapitre 2 : L'agritourisme : l'alliance entre tourisme et agriculture	51
Chapitre 3 : Itinérance et randonnée, une pratique en pleine expansion.....	72
Conclusion de la partie 1	93
PARTIE 2 : PRÉSENTATION DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES ET DES MISSIONS CONFIÉES	95
Introduction de la partie 2	96
Chapitre 1 : Le Parc naturel régional un territoire d'exception	97
Chapitre 2 : Présentation du terrain d'étude et des missions de stage	108
Chapitre 3 : Les spécificités agricoles et agritouristiques du terrain d'étude.....	138
Conclusion de la partie 2	152
PARTIE 3 : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE TERRAIN ET PRÉCONISATIONS.....	153
Introduction de la partie 3	154
Chapitre 1 : Méthodologie d'enquête.....	155
Chapitre 2 : Analyse des entretiens : interprétation du tableau d'analyse transversale	163
Chapitre 3 : Préconisations pour un schéma de développement touristique centré sur l'amélioration de l'expérience des randonneurs du GR®736 et la valorisation de l'agritourisme	176
Conclusion de la partie 3	188
Conclusion générale	189
Bibliographie.....	191
Annexes.....	209
Table des annexes.....	209
Table des sigles et abréviations	282
Table des figures	283
Table des tableaux	286
Table des matières	287
Résumé	294
Abstract.....	294

Introduction générale

« Marcher, randonner, partir pour un trek, surement l'une des formes de tourisme la plus durable qu'il soit, puisque l'itinérance honore à la fois la lenteur, le temps, le territoire et favorise les rencontres et le contact avec la nature. »
(Clastres 2018, p. 139)

À l'heure où les territoires ruraux cherchent à concilier développement économique, préservation des paysages et valorisation des savoir-faire locaux, l'agritourisme semble être un outil de valorisation permettant de créer un lien entre agriculture et tourisme. En invitant les visiteurs à découvrir le monde rural autrement, ces pratiques offrent une expérience immersive et respectueuse au cœur des terroirs.

Les missions de stages confiées dans le cadre du stage de Master 2, au sein du Parc Naturel Régional des Grands Causses, portaient sur les thématiques de l'itinérance et de l'agritourisme. Les missions confiées nous ont permis de poursuivre le travail de réflexion autour de l'agritourisme dans les espaces montagnards amorcés en première année de master. Ce stage a permis d'élargir la réflexion de master 1 en intégrant la dimension d'itinérance et d'explorer les synergies possibles avec l'agritourisme. Ainsi, notre recherche s'est structurée autour de la question de départ suivante : Comment articuler agritourisme et itinérance au service du développement touristique d'un territoire de montagne ?

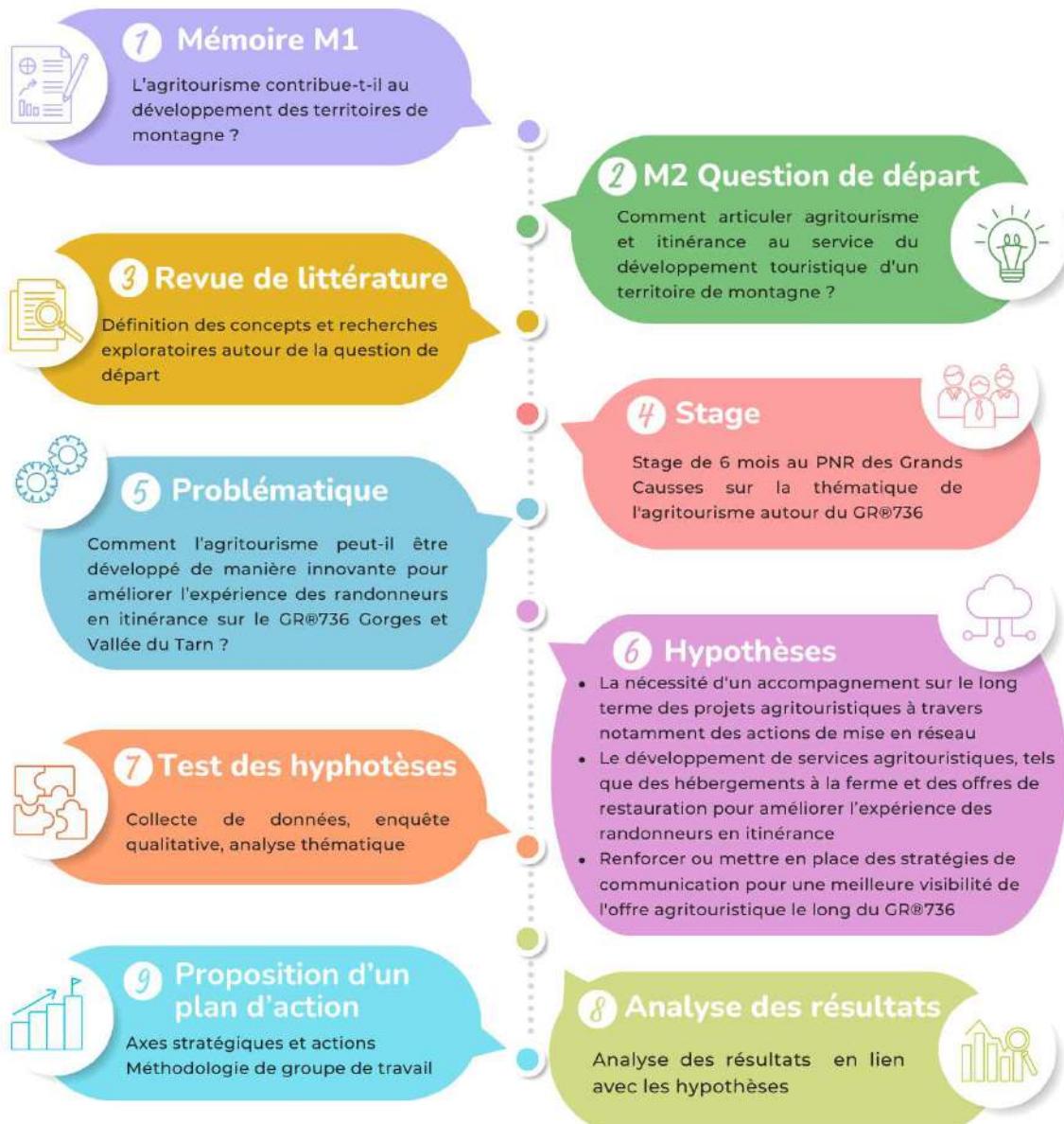
Cette interrogation a permis de structurer, guider et cibler les recherches menées dans la première partie du mémoire, consacrée à la revue de littérature. Dans ce cadre, nous définirons les concepts clés de notre sujet. Nous proposerons quelques éléments théoriques sur la montagne, l'agritourisme et l'itinérance avant de construire une problématique en lien avec nos missions de stage et formulerons des hypothèses de réponse que nous mentionnerons en conclusion de partie 1.

Dans une deuxième partie, nous présenterons notre structure de stage, nos missions ainsi que notre terrain d'étude, notamment, un état des lieux sur ses particularités agricoles et agritouristiques.

Enfin, la troisième partie détaillera la méthodologie d'enquête mise en œuvre pour valider ou infirmer nos hypothèses. Elle présentera le diagnostic du territoire étudié, avant de

proposer un plan d'action et une méthodologie de travail collaboratif visant à enrichir ce plan.

Figure 1 : Méthodologie de la recherche mémoire d'aide à la décision : les grandes étapes



Partie 1 : Les territoires montagnards
un atout pour le développement de
l'agritourisme et de l'itinérance

Introduction de la partie 1

Cette partie a pour objectif d'apporter des éléments théoriques sur les thèmes étudiés : la montagne, l'agritourisme et l'itinérance. La question de départ évoquée précédemment a permis de structurer, guider et de cibler les recherches.

Dans un premier chapitre, nous allons explorer les multiples facettes de la montagne. Nous commencerons par une présentation de ses caractéristiques et de ses origines pour ensuite nous pencher sur ses atouts spécifiques ainsi que sur les activités économiques qui y sont développées.

Nous explorerons par la suite l'agritourisme. Nous retracerons les débuts de cette pratique, son évolution et les motivations profondes qui poussent les agriculteurs à diversifier leurs activités. De même, nous explorerons les motivations des touristes. Nous nous pencherons sur l'offre agritouristique, en parcourant la diversité des produits proposés aux visiteurs ainsi que la répartition géographique de l'agritourisme en France. Nous évoquerons les points de vigilance spécifiques liés à cette activité.

Nous terminerons cette partie par un chapitre sur la thématique de l'itinérance et de la randonnée. Nous présenterons l'histoire de la pratique et nous définirons ses différentes formes. Nous exposerons quelques éléments clés concernant le marché de la randonnée pédestre et nous ferons un focus sur les profils de randonneurs, leurs motivations et leurs besoins.

Chapitre 1 : La montagne, un territoire aux richesses infinies

Ce chapitre a pour objectif de définir et de présenter la montagne dans son ensemble.

1. La montagne, présentation d'un espace naturel complexe

1.1 La montagne, un espace difficile à définir

Définir la montagne est complexe. Plusieurs définitions proposent d'énumérer ses caractéristiques. Pourtant, lorsqu'on évoque la montagne, elle est perçue comme une élévation terrestre. Mais où débute réellement la montagne ?

Isabelle Sacareau (2003, p. 14) définit la montagne comme un espace dont l'altitude, les systèmes de pentes entraînent une discontinuité topographique et/ou climatique importante par rapport aux espaces voisins. De plus, le terme de montagne englobe des ordres de grandeur différents qui expriment des cordillères, des chaînes, des massifs, des montagnes singulières.

La Loi montagne définit également les zones de montagne et les massifs. La délimitation des zones est fixée par décret.

1.1.1 *La zone montagne*

La Loi du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne, dite Loi montagne, indique que les zones de montagne se caractérisent par des handicaps significatifs. Ils rendent les conditions de vie plus difficiles et limitent le développement de certaines activités économiques liées à l'utilisation de la terre en raison :

- de l'altitude et des conditions climatiques réduisant la période de végétation ;
- de la présence de fortes pentes rendant impossible la mécanisation ou exigeant l'utilisation de matériel spécialisé coûteux ;
- de l'association de ces deux paramètres : l'altitude et la pente (Légifrance 2016a).

La directive du conseil des communautés européennes 76/401 CEE du 6 avril 1976, précise la définition de la montagne. Pour être classée en zone de montagne en France, une commune doit avoir une altitude moyenne de 600 m dans les Vosges, 700 m dans les autres

massifs et 800 m dans les versants méditerranéens. Une commune peut aussi être classée en zone de montagne si elle présente une pente de 20 % ou si elle combine une altitude minimale de 500 mètres avec une pente moyenne de 15 % (Préfet de la région Auvergne-Rhône-Alpes et Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi 2017). La délimitation du territoire en zone de montagne est essentiellement liée à l'activité agricole et à la reconnaissance des handicaps naturels (Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation 2022).

1.1.2 *La zone massif*

Les zones de massif, définies par l'article 5 de la Loi montagne, incluent les zones de montagne et « *les zones qui leur sont immédiatement contiguës [villes et piémont] formant avec elle la même entité géographique, économique et sociale* » (Légifrance 2016b). Cette approche basée sur la notion de massif est spécifique à la France (Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation 2022).

1.2 Trois délimitations pour la montagne

En France, trois délimitations officielles et administratives des montagnes se superposent :

Figure 2 : Les 3 délimitations officielles de la montagne¹

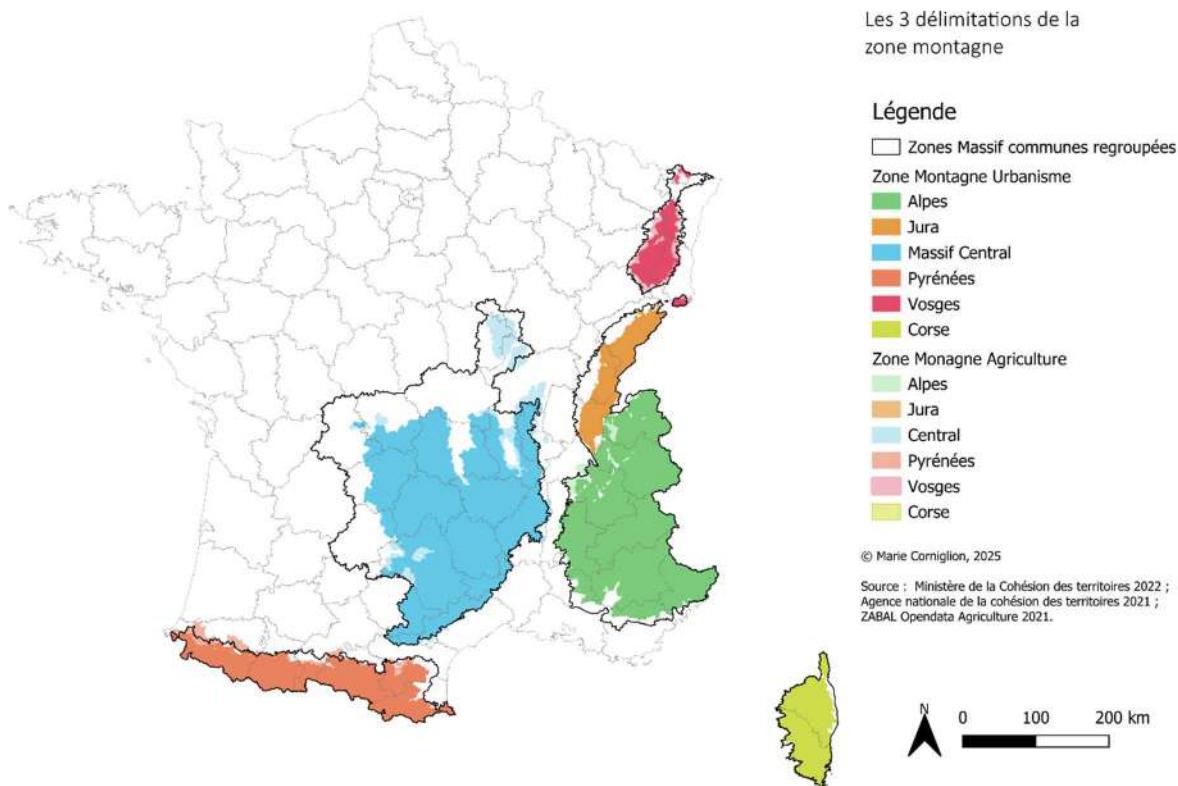
- les zones de montagne au titre du droit de l'urbanisme, définissant les communes ou parties de communes assujetties aux dispositions du code de l'urbanisme - partie spécifique à la montagne,
- les zones agricoles défavorisées de montagne ; elles relèvent d'une approche sectorielle dédiée en priorité à l'agriculture au titre de la reconnaissance et de la compensation des handicaps naturels et ouvrent droit à des aides. Ce zonage est constaté par des arrêtés conjoints ministère de l'agriculture/ministère du budget,
- enfin, une délimitation des massifs, conformément au décret n°2004-69 du 16 janvier 2004, servant à la fois de base légale à l'instauration des institutions consacrées par les lois montagne, comités de massif, et pour l'attribution des financements spécifiques mobilisés dans le cadre des contrats de plan interrégionaux de massifs tels que le FNADT, par exemple.

Dans ce travail, lorsque nous parlerons de zone montagne, il s'agira du zonage agriculture.

La superficie du zonage urbanisme est inférieure au zonage agriculture.

¹ L'Observatoire des Territoires, 2024, Montagne - zonage urbanisme, <https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/montagne-zonage-urbanisme>, 2024, consulté le 1 juin 2025.

Figure 3 : Carte délimitations de la montagne²



Dans le massif Corse, les deux zonages sont identiques. En revanche, dans le Jura, seules trois communes présentent des différences entre ces types de zonage. Les différences entre les zones montagnes agricoles et urbanisme sont plus marquées dans les autres massifs

1.3 Massifs montagneux en France : des origines différentes

La France métropolitaine compte 6 massifs montagneux : les Alpes, le Massif central, le massif Corse, le Jura, les Pyrénées et les Vosges. Ils couvrent jusqu'à 30 % du territoire métropolitain et environ 15 % de la population française vit en montagne (Ministère de l'aménagement du territoire, de la ruralité et des collectivités et Conseil national de la montagne 2017). Nos massifs français métropolitains n'ont pas tous le même âge ni la même origine. On distingue 2 types de montagnes : les montagnes anciennes et les montagnes récentes.

² Patrimoine naturel de la montagne : concilier protection et développement, <https://www.senat.fr/rap/r13-384/r13-384.html>, 3 avril 2023, consulté le 25 janvier 2024. D'après : DATAR, Atout France

1.3.1 Les massifs anciens

Les massifs anciens datent de l'ère primaire (Juguet et Peyroutet 2015, p. 134). L'ère primaire (également appelé Paléozoïque) correspond à la période géologique la plus longue : - 542 millions d'années à - 251 millions d'années. Elle a duré 291 millions d'années (Blieck s.d.). Parmi les massifs anciens, nous avons le massif Armorican, le massif Central, les Vosges et l'Ardenne. Ces massifs ont été aplatis par l'érosion. La chaîne des Puys dans le massif Central est caractérisée par des sommets en cône d'origine volcanique (Juguet et Peyroutet 2015, p. 134; Jacquet-Monsarrat 2002, p. 6)³.

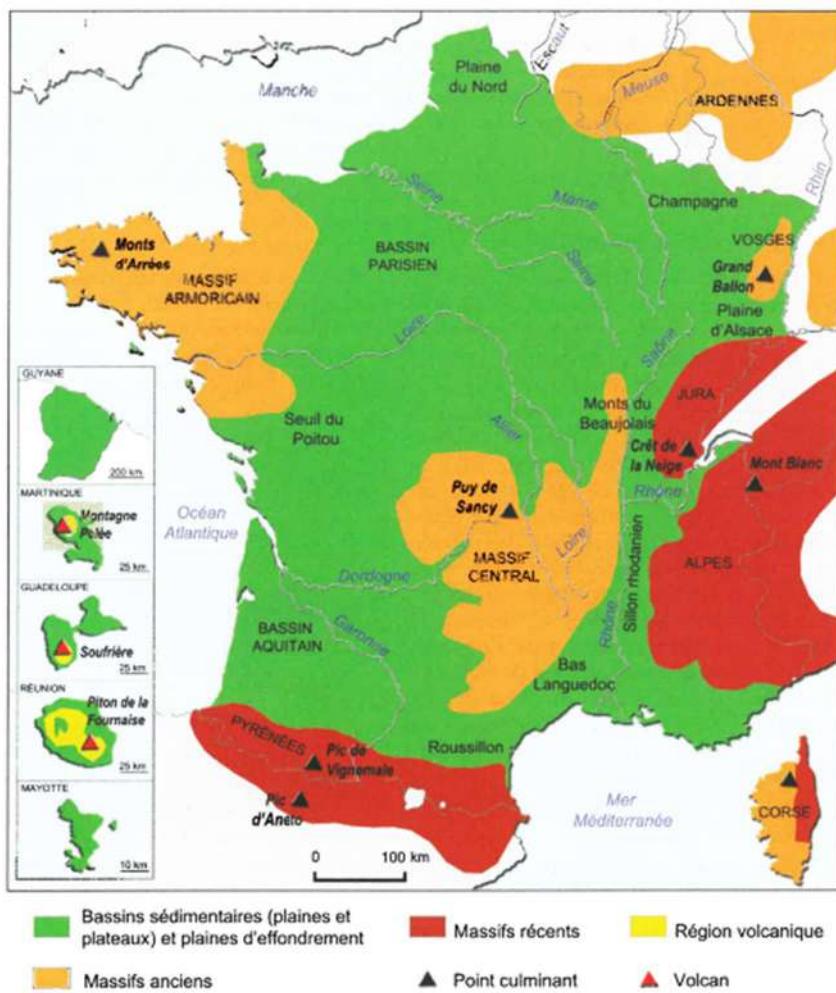
1.3.2 Les massifs récents

Les massifs récents datent de l'ère tertiaire. C'est au cours de cette période géologique, de - 5,5 millions d'années à - 1,8 million d'années (Julien s.d), que sont apparus les Alpes, les Pyrénées et le Jura (Juguet et Peyroutet 2015, p. 134).

Les Massifs récents présentent des sommets élancés. Ils incluent les principaux points culminants du pays avec notamment le Mont-Blanc, 4807 m d'altitude, situé dans les Alpes du Nord. Il s'agit également du plus haut sommet d'Europe (Jacquet-Monsarrat 2002, p. 6).

³ La chaine varisque en France, un édifice multi-collisionnel et poly-cyclique / Introduction — Planet-Terre, <https://planet-terre.ens-lyon.fr/ressource/chaine-varisque-France-1.xml>, consulté le 18 novembre 2023.

Figure 4 : Le relief français : massifs anciens et massifs récents⁴



Les massifs montagneux sont composés d'une diversité de reliefs qui façonnent les paysages naturels.

1.4 La montagne, une diversité de relief

Le relief est défini comme l'ensemble des formes saillantes ou creuses présentes sur la surface de la Terre qui forment les paysages. Des facteurs naturels (action de la température, du vent et de l'eau liquide ou solide) et humains sont à l'origine de l'évolution perpétuelle des paysages. Les formes de relief dépendent également de la nature des

⁴ Juguet Isabelle et Peyrouet Claude, 2015, Le tourisme en France, Paris, Nathan (coll. « Repères pratiques 32 »), 159 p. page 145

roches : granite, calcaire, marnes..., et de leur résistance à l'érosion⁵. On distingue cinq grands types de reliefs : les montagnes, les plateaux, les plaines, les vallées et les collines.

1.4.1 Les montagnes

En montagne, on distingue la haute montagne caractérisée par une altitude élevée, généralement supérieure à 2000 m, de la moyenne montagne dont l'altitude est comprise entre 500 et 2500 m, et des collines de faible altitude, de forme circulaire dont le sommet est arrondi. Les montagnes appartiennent souvent à des chaînes de montagnes s'étalant sur plusieurs kilomètres et regroupant de nombreux sommets. On peut citer par exemple la chaîne de l'Himalaya, la cordillère des Andes, la chaîne des Alpes, la chaîne des Pyrénées...⁶

1.4.2 Les plateaux

Les plateaux sont caractérisés par de grandes surfaces planes, de faibles pentes et des vallées profondément encaissées constituant parfois des gorges ou canyons (vallées profondes et étroites), creusés par les cours d'eau. Les plateaux sont situés à des altitudes modérées entre 100 m et 600 m, certains se situent dans des zones de montagne et ont des altitudes élevées (jusqu'à 1500m) comme dans les Andes ou au Tibet par exemple (Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 424-425)⁷.

1.4.3 Les vallées

Les vallées peuvent avoir des origines différentes. Elles ont été creusées soit par l'érosion de l'eau soit par celle d'un glacier.

⁵ Éditions Larousse, Encyclopédie Larousse - Relief, <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/relief/87042>, consulté le 23 février 2025.

⁶ Éditions Larousse, Encyclopédie Larousse - Relief, <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/relief/87042>, consulté le 23 février 2025.

⁷ Éditions Larousse, Encyclopédie Larousse - Relief, <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/relief/87042>, consulté le 23 février 2025.

La vallée d'origine glaciaire, appelée vallée en auge ou vallée en U, se caractérise par sa forme en « U ». Lorsque les glaciers se déplacent, ils créent des vallées en érodant la roche. Cette érosion est causée par des blocs de roche de tailles variées transportées par le glacier ainsi que par les cours d'eau sous-glaciaires⁸. Après son passage le glacier laisse de nombreuses traces en plus des vallées glaciaires comme par exemple :

- des cirques glaciaires : le cirque de Gavarnie (Hautes-Pyrénées), le cirque de Navacelles (Hérault), Cirque de Saint-Même (Savoie) ;
- des moraines (concentrés de dépôts de rochers hétérogènes issus de l'arrachage des roches lors du déplacement du glacier) ;
- des stries glaciaires (roches marquées par des stries laissées par les blocs transportés par le glacier) ;
- des blocs erratiques (gros blocs de plusieurs dizaines de mètres de diamètre transporté par le glacier et posés « aléatoirement » dans le paysage¹⁰).

Les vallées en « V » sont plus étroites avec des versants raides et proches l'un de l'autre. Elles peuvent dater de l'époque glaciaire et résulter de l'érosion torrentielle provoquée par l'écoulement de l'eau lors des périodes de fonte du glacier¹¹.

Figure 5 : Schéma d'une vallée en auge ou en « U »⁹

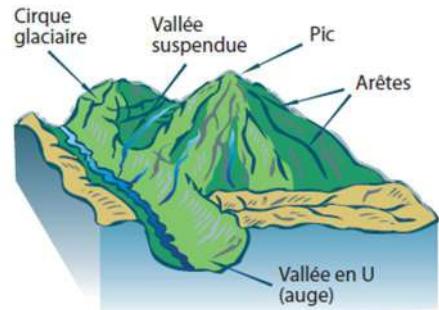
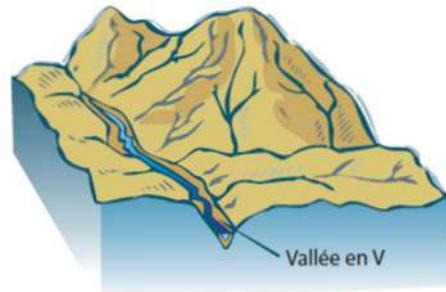


Figure 6 : Schéma d'une vallée en V¹²



⁸ Espace Glacialis - Centre d'interprétation, s.d, Paysages et glaciers, <https://espaceglacialis.fr/fr/lesglaciers/le-paysage-du-glacier>, s.d, consulté le 2 mars 2025.

⁹ Espace Glacialis - Centre d'interprétation, s.d, Paysages et glaciers, <https://espaceglacialis.fr/fr/lesglaciers/le-paysage-du-glacier>, s.d, consulté le 2 mars 2025.

¹⁰ Quentin Portal, 2024, Géomorphologie Glaciaire : Quelques Exemples - Histoires De Terre, <https://www.histoires-de-terre.fr/geomorphologie-glaciaire-quelques-exemples/>, 6 août 2024, consulté le 2 mars 2025.

¹¹ Espace Glacialis - Centre d'interprétation, s.d, Paysages et glaciers, <https://espaceglacialis.fr/fr/lesglaciers/le-paysage-du-glacier>, s.d, consulté le 2 mars 2025.

¹² Espace Glacialis - Centre d'interprétation, s.d, Paysages et glaciers, <https://espaceglacialis.fr/fr/lesglaciers/le-paysage-du-glacier>, s.d, consulté le 2 mars 2025.

1.4.4 Les plaines

Les plaines se différencient des plateaux par leurs altitudes peu élevées, majoritairement inférieures à 200 m et par l'absence de cours d'eau encaissés. Elles se caractérisent par de faibles pentes. Cet espace peu accidenté est favorable aux cultures. Des plaines peuvent être présentes dans les régions montagneuses (Philippot et al. 2021, p. 237; Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 424-425) ¹³.

1.5 La montagne, une diversité de paysages

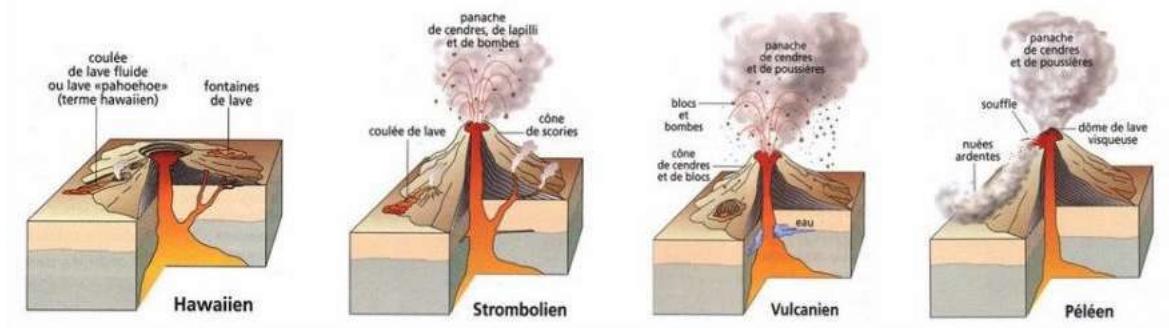
Au travers de cette diversité de reliefs, les différentes formations géologiques façonnent également les paysages.

1.5.1 Les paysages volcaniques

Les paysages volcaniques se distinguent par leurs formes spécifiques et variées qui dépendent du type d'éruption volcanique. Il existe deux types de volcans, les volcans effusifs ou volcans laviques et les volcans explosifs. Parmi eux, il existe quatre catégories d'éruptions : strombolien, vulcanien, hawaïen et péléen ayant une composition et des formes spécifiques.

Figure 7 : Les différents types de volcans¹⁴

Les différents types de volcan



¹³ Éditions Larousse, Encyclopédie Larousse - Relief, <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/relief/87042>, consulté le 23 février 2025.

¹⁴ Sciences - Le monde de la Terre, Les volcans, <https://soutien67.fr/svt/terre/volcan/volcan.htm>, consulté le 23 février 2025.

Les volcans hawaïiens, également nommés effusifs ou volcans laviques, se caractérisent par des coulées de lave fluides importantes et des éruptions dépourvues d'explosions. Ils ne produisent que très peu de cendres. La forme de ces volcans est plus aplatie que les volcans explosifs.

Parmi les volcans explosifs, on retrouve les 3 dernières catégories de volcans. Ils ont une forme de cône issue de l'accumulation de cendres et de blocs.

Les volcans stromboliens, définis sur l'île de Stromboli (Italie du Sud), se caractérisent par des éruptions mixtes, combinant des coulées de lave fluides, des projections de cendres, et de roches. La majorité des volcans du Massif central sont issus de ce type d'éruptions.

Les volcans vulcaniens, définis sur l'île de Vulcano (îles Éoliennes – Italie du Sud) se différencient par des éruptions explosives avec des projections de cendres et de blocs incandescents. Sa lave est visqueuse et ne provoque pas de coulées.

Enfin, les volcans péléens définis en 1902 à la Montagne Pelée (Martinique) se distinguent par leurs éruptions explosives, accompagnées de projections de roches, de cendres et de gaz volcaniques, formant souvent des nuées ardentes (nuage composé de cendres et de gaz dévalant les pentes du volcan). Ces volcans sont caractérisés par des explosions, de grandes quantités de cendre et des panaches de poussières qui les rendent imprévisibles et dangereux¹⁵ ¹⁶.

1.5.2 *Les paysages karstiques*

Les paysages karstiques sont formés par l'action de l'eau sur des roches calcaires. L'eau a une action mécanique mais aussi une action liée à la dissolution du carbonate de calcium. L'érosion de surface va façonner des canyons. En profondeur, l'eau va circuler en rivière souterraine et réapparaître à l'air libre (résurgence). Elle va former des grottes, gouffres ou

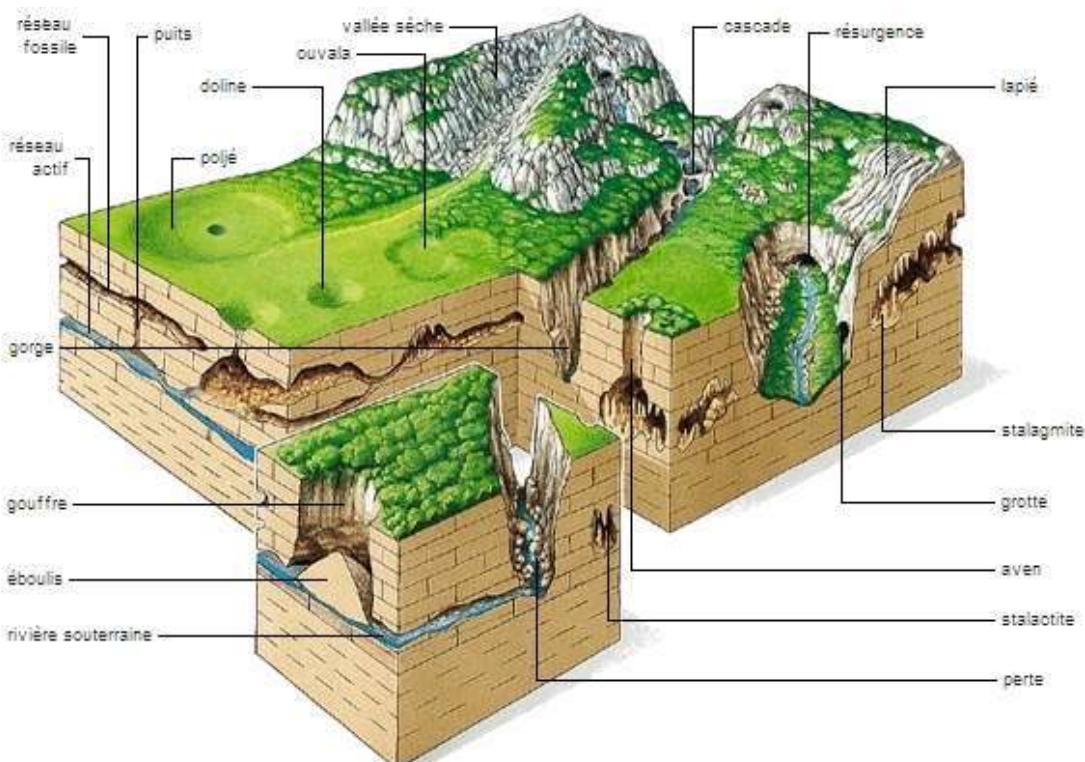
¹⁵ Découvrir les 6 différents types d'éruptions avec Vulcania, <https://www.vulcania.com/science/volcans/differents-types-deruptions/>, consulté le 25 février 2025.

¹⁶ Talik Lola, 2022, Quels sont les différents types de volcans ? - GEO, <https://www.geo.fr/environnement/quels-sont-les-differents-types-de-volcans-207862> , 23 janvier 2022, consulté le 25 février 2025.

aven. Les dépôts de minéraux forment des concrétions qui peuvent prendre des formes et des couleurs particulières (stalactites, stalagmites, draperies).

Selon la configuration souterraine, l'eau peut ressurgir en quelques heures ou au bout de plusieurs années^{17 18 19}.

Figure 8 : Composition d'un relief karstique²⁰



2. Des atouts liés aux spécificités de la montagne

Les atouts de la montagne sont nombreux. La richesse naturelle de la montagne est liée à l'association de ses reliefs, altitudes et climats, offrant une variété importante de paysages (ATOUT-France 2012, p. 10-11).

¹⁷ Éditions Larousse, Encyclopédie Larousse - relief karstique, https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/relief_karstique/63753, consulté le 27 février 2025.

¹⁸ Découvrir le Jardin des Fontaines Pétrifiantes à La Sône, 2025, Découvrir le Jardin des Fontaines Pétrifiantes, <https://www.visites-nature-vercors.com/fr/jardin-des-fontaines-petrifiantes/dcouvrir/>, 2025, consulté le 27 février 2025.

¹⁹ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2015, « Dossier technique – Le karst ».

²⁰ Éditions Larousse, Encyclopédie Larousse - relief karstique, https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/relief_karstique/63753, consulté le 27 février 2025.

2.1 Un relief et un climat à l'origine des spécificités de la montagne

Le climat est une des caractéristiques de la montagne. En effet, l'altitude entraîne une diminution de l'oxygène et des températures (Veyret et Vigneau 2011, p. 242). La réduction des températures est d'environ 0,5 °C pour une montée de 100 m en altitude (Fischesser 1982, p. 16). Cette baisse varie selon la saison, l'orientation du versant (adret ou ubac²¹), l'altitude et la région (Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 355). Ce climat montagnard a un impact sur l'étagement des formations végétales (Veyret et Vigneau 2011, p. 247). La végétation diffère avec l'altitude, constituant ainsi des étages d'écosystèmes appelés étages bioclimatiques.

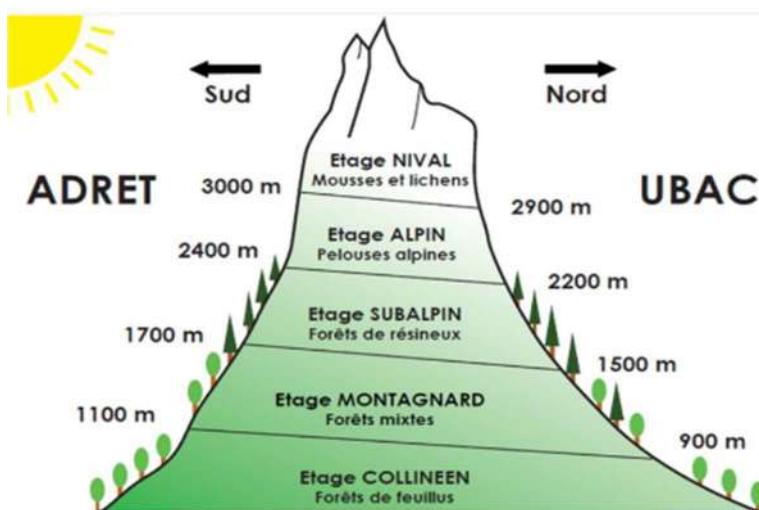


Figure 9 : Étagement bioclimatique en montagne²²

2.2 Une richesse naturelle

2.2.1 Une richesse floristique et faunistique

La montagne est un milieu d'une grande richesse en termes de biodiversité.

L'étage collinéen est constitué de feuillus, le chêne et le châtaigner sont souvent dominants. C'est également à cette altitude, jusqu'à 900 m d'altitude, que s'étendent les derniers paysages de vignes.

²¹ Le versant adret est orienté au sud et dispose d'un ensoleillement plus important que le versant ubac orienté au nord. L'ubac à une durée d'ensoleillement courte que l'adret au cours d'une même journée.

²² Accompagnateur-en-moyenne-montagne.fr, <https://franceonline.fr/domaine/64b9825fee18d17b27066fa5>, consulté le 14 février 2024.

L'étage montagnard présente des forêts mixtes jusqu'à 1500 m. La présence du hêtre, de l'épicéa, des sapins est courante. Le coq de bruyère ou tétras-lyre vit entre l'étage montagnard et l'étage subalpin. (Fischesser 1982, p. 16,91-97; Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 357,550).

L'étage subalpin est essentiellement composé de conifères : épicéas, mélèzes, et des végétations basses telles que le rhododendron. La végétation disparaît peu à peu, les arbres sont de plus en plus dispersés pour laisser la place à la pelouse alpine dans l'étage alpin. C'est la zone de l'edelweiss, du génépi, du chamois, du bouquetin, de la perdrix des neiges et du lièvre variable (Fischesser 1982, p. 16,91-97; Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 357,550).

Enfin, l'étage nival se caractérise par l'omniprésence des mousses, des lichens et de la neige éternelle (Fischesser 1982, p. 16,91-97; Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 357,550).

Le remplacement de la végétation s'effectue de manière progressive selon l'altitude. (Fischesser 1982, p. 16,91-97; Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 357,550).

L'étagement de la végétation va influer sur la faune, offrant des milieux propices à de nombreuses espèces.

Les Alpes, par exemple, accueillent plus de 30 000 types d'animaux et 13 000 types de plantes²³, dont certaines sont protégées. Au total, les montagnes françaises abritent 46 espèces animales protégées et près de la moitié des espèces végétales protégées vivent dans les Alpes²⁴.

Parmi les espèces principales, il est possible de voir des mammifères herbivores (chamois, bouquetin, mouflon, chevreuil) ; des grands carnivores (loup, lynx boréal) ; des rongeurs (souris, campagnol, musaraigne) ; des rapaces (aigle royal, vautour fauve, gypaète barbu, faucon pèlerin, hibou grand duc) ; des amphibiens (salamandre de Lanza, grenouille, crapaud) ; des reptiles (vipère aspic, couleuvre, orvet) ; des crustacés ; des poissons ; des

²³ Les Alpes, une région menacée | WWF France, <https://www.wwf.fr/espaces-prioritaires/alpes> , consulté le 26 janvier 2024.

²⁴ Biodiversité française site national de la Convention sur la diversité biologique | Biodiversité des Montagnes, <https://biodiv.mnhn.fr/fr/ecosystems/biodiversite-des-montagnes> , consulté le 27 janvier 2024.

chiroptères (chauvesouris) ; des insectes (papillons, coléoptères, sauterelles) et des mollusques (Kulesza 2015).

Les montagnes accueillent 85 % des espèces d'amphibiens, d'oiseaux et de mammifères d'après une étude publiée dans la revue Science en septembre 2019, mais aussi des espèces endémiques telles que la Spéléomante de Strinati dans les Alpes-Maritimes ou le Desman des Pyrénées²⁵²⁶²⁷. Le Parc national du Mercantour compte 30 espèces endémiques en termes de flore (Giran 2003, p. 67).

L'étagement bioclimatique est notamment responsable de la présence dans les Alpes de 270 espèces végétales communes avec les régions arctiques (Fischesser 1982, p. 16).

2.2.2 *Un patrimoine naturel*

La montagne dispose d'un patrimoine naturel comprenant (selon la convention de la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel de l'UNESCO) « *les monuments naturels constitués par des formations physiques et biologiques* », « *les formations géologiques et physiographiques et les zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animales et végétales menacées* » et « *les sites naturels ou les zones naturelles strictement délimitées* » (UNESCO Centre du patrimoine mondial).

Le patrimoine naturel de la montagne est riche en milieux écologiques : faunistique, floristique, géologique (Légifrance 2022). Ainsi les gorges, grottes, glaciers, lacs, tourbières, marais et cours d'eau font partie des paysages et milieux inclus dans le patrimoine naturel (Légifrance 2005b).

²⁵ Spélerpès de Strinati | Parc national du Mercantour, <https://www.mercantour-parcnational.fr/fr/des-connaissances/le-patrimoine-naturel/la-faune-du-mercantour/spelerpes-de-strinati>, consulté le 26 janvier 2024.

²⁶ Le desman des Pyrénées | Portail des parcs nationaux de France, <https://www.parcsnationaux.fr/fr/des-connaissances/biodiversite/faune-emblematique/les-mammiferes/le-desman-des-pyrenees>, consulté le 26 janvier 2024.

²⁷ Guyenro Juliette de, 2019, La montagne, refuge de la biodiversité pour de nombreuses espèces, <https://www.geo.fr/animaux/la-montagne-refuge-de-la-biodiversite-pour-de-nombreuses-espèces-197635>, 20 septembre 2019, consulté le 26 janvier 2024.

2.3 Un patrimoine culturel

La montagne se caractérise aussi par une richesse patrimoniale exceptionnelle (France Commissariat général du plan 1999a, p. 619). Le patrimoine de la montagne est riche et varié.

2.3.1 *Patrimoine matériel montagnard*

Le patrimoine culturel matériel comprend le patrimoine bâti également appelé patrimoine monumental. Ce patrimoine est rarement classé (Agence française de l'ingénierie touristique 2001, p. 4). Il varie selon son époque de construction, les matériaux utilisés, les traditions...(France Ministère de l'agriculture et de la pêche 2001, p. 59). Il rassemble les ensembles architecturaux, sites archéologiques, musées et les monuments divers : civils, militaires, religieux ou industriels (Agence française de l'ingénierie touristique 2001, p. 4). Il peut être constitué de villages de caractères, d'églises, de châteaux, d'ouvrages d'art routiers et ferroviaires. (Agence française de l'ingénierie touristique 2001, p.19).

Il inclut les bâtiments utilisés pour des activités productives agricoles, artisanales ou industrielles, lavoirs, fontaines, fours, puits... (Agence française de l'ingénierie touristique 2001, p.19), moulins, fours à chaux, tanneries... (Vincent 2007)

Le patrimoine matériel est un témoin de la vie économique et sociale des siècles passés (Vincent 2007).

2.3.2 *Patrimoine immatériel montagnard*

Selon la convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, le patrimoine culturel immatériel comprend : les traditions orales (y compris la langue) ; les arts du spectacle ; les pratiques sociales, rituels et évènements festifs ; les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ; les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel (Jadé 2006, p. 14; UNESCO Patrimoine culturel immatériel).

C'est un patrimoine hérité de nos ancêtres et transmis de génération en génération. Il est lié à l'histoire et au milieu naturel des populations locales. Il procure à ces populations un sentiment d'identité (UNESCO Patrimoine culturel immatériel).

3. Les activités économiques de la montagne : une pluriactivité ?

Les activités économiques en montagne sont nombreuses et la spécialité peut parfois varier selon les massifs (France Commissariat général du plan 1999b, p. 74). Elles exploitent les ressources naturelles de la montagne (Insee 2017).

3.1 Les activités industrielles, commerciales et artisanales

Les activités industrielles commerciales et artisanales présentes en montagne sont essentiellement liées à l'hydroélectricité (Alpes), à l'horlogerie (l'Arve), au bois (Vosges, Jura, Alpes), au textile (Bas Dauphiné, Vosges, Massif Central : Roanne, Yssingeaux), à la métallurgie (bas Dauphiné et Jura), à la verrerie (Vosges), à la papeterie et à la coutellerie (Massif Central, Maurienne) (Jean et Périgord 2009, p. 89). L'industrie occupe 16,6 % des emplois totaux en montagne en 2013 (Insee 2017).

L'énergie hydraulique présente en montagne a permis le fonctionnement de certaines activités artisanales et industrielles (Insee 2017).

Entre le XVI^e et le XIX^e siècle, les cours d'eau en montagne ont été équipés de moulins qui servaient à la transformation des récoltes en farine ou en huile. Certains permettaient d'actionner des marteaux pour broyer la pâte à papier, des meules pour l'affûtage des couteaux , des métiers à tisser...(Jacquet-Monsarrat 2002, p. 11). Dans le massif des Bauges, en Savoie, la force de l'eau a permis de faire fonctionner les scieries à grand cadre²⁸.

Le déclin de l'industrie horlogère au début du XX^e siècle a favorisé l'apparition de nouveaux marchés comme le décolletage et la mécanique de précision. Ces activités sont présentes dans la vallée de l'Arve et autour de Cluses (Insee 2017).

Au XIX^e siècle, la construction de centrales hydroélectriques entraîne le développement de nouvelles activités : usines chimiques, métallurgiques... dans les Alpes du Nord, le Jura et les Pyrénées.

²⁸ Office de Tourisme des Aillons-Margeriaz, Scierie à grand cadre | Site et monument historiques, <https://www.lesaillons.com/scierie-a-grand-cadre.html>, consulté le 19 février 2024.

Les industries autour de la fabrication des matières plastiques, caoutchouc et de l'exploitation des eaux minérales (Évian ou Volvic) peuvent être retrouvées en montagne (Insee 2017).

Dans les régions peu industrialisées comme les Alpes du Sud et le Massif Central, le manque d'emplois a poussé la population locale à se rendre massivement et définitivement dans les régions où il y avait du travail (Jacquet-Monsarrat 2002, p. 11).

3.2 Les activités agropastorales : l'agriculture, l'élevage et le pastoralisme

L'agriculture désigne "la culture du champ". Elle consiste à exploiter la terre et à cultiver le sol pour la production végétale et animale (élevage)(Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 9).

L'activité agricole est très présente en montagne. C'est d'ailleurs dans cet espace que les agriculteurs sont les plus présents (Le Bras et Schmitt 2020, p. 22,24). En 2013, 4,4 % des emplois en zone de montagne sont consacrés à l'agriculture et à la sylviculture (Insee 2017).

L'agropastoralisme est une pratique agricole qui regroupe l'activité d'élevage et les cultures dans l'objectif de nourrir le troupeau (prairies, céréales, châtaignes...). Le pâturage en estives tient une place importante dans l'alimentation des troupeaux²⁹. Le pastoralisme est une activité traditionnelle présente en particulier dans les massifs montagneux. C'est une activité liée à l'élevage des animaux (bovins, ovins, caprins, équins) (Brisebarre et al. 2009, p. 9,15). Les troupeaux pâturent dans de grandes surfaces. Une des particularités du pastoralisme c'est la pratique de la transhumance, qui consiste à monter du bétail dans les prairies d'altitude au printemps et à le descendre en plaine en automne (Insee 2017).

Les agriculteurs façonnent et entretiennent les paysages en limitant les risques naturels et la progression de la forêt (Jacquet-Monsarrat 2002, p. 26; Insee 2017). Le pastoralisme est considéré comme bénéfique pour l'environnement. Il permet l'entretien de l'espace et la prévention des incendies, dans les zones sèches, ou des avalanches dans les régions de montagne (Rieutort et al. 2014, p. 73). Cette activité permet d'éviter l'embroussaillement, la disparition de nombreux chemins. Elle permet de conserver des emplois, préserver les

²⁹ L'agropastoralisme | Parc national des Cévennes, <https://www.cevennes-parcnational.fr/fr/des-actions/accompagner-le-developpement-durable/promouvoir-une-agriculture-verteuse-0> , consulté le 29 janvier 2024.

éléments du patrimoine culturel. Le pastoralisme contribue à conserver la qualité des paysages et des patrimoines propices à l'activité touristique (Juristourisme 2017).

3.3 Les activités forestières

Les forêts recouvrent une surface importante de l'espace montagnard. Les activités forestières telles que la production de bois présentent un grand potentiel économique. Le bois peut servir pour différentes utilisations comme le papier, le carton, la charpente, l'ameublement, mais aussi pour l'approvisionnement en bois des chaudières (Insee 2017). 1,2 % des emplois en zone de montagne concernent l'industrie du bois et du papier, en 2013.

3.4 Le tourisme, une activité avec un impact environnemental non négligeable

3.4.1 *La montagne : des caractéristiques naturelles qui attirent les touristes*

Des activités économiques présentent en montagne, le tourisme est la plus récente (Merlin 2007, p. 155).

Le tourisme est défini par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) comme « *les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs* » (Abdel Khiati 2019). Le secteur du tourisme représente une part importante de l'emploi en montagne en 2013, soit 7,4 % des emplois (Insee 2017).

Les atouts principaux de la montagne pour le tourisme sont :

- Les caractéristiques physiques du milieu qui permettent une grande diversité d'activités sportives telles que les sports de glisse (ski alpin, ski nordique...), les sports d'eau vive (canoë, canyoning, pêche...), les sports aériens (parapente, planeur...), la randonnée pédestre ou cycliste, l'alpinisme.

- Les paysages sont riches et diversifiés. Ces paysages spécifiques et remarquables proviennent des étages de végétation, de la richesse écologique, faunistique et floristique des montagnes.
- Le climat et les ressources naturelles (eau, air pur...) sont exploités pour le tourisme de santé
- Une image positive. La montagne est vue comme un réservoir de pureté, un lieu de ressourcement, d'efforts. Les patrimoines culturels et les cultures contribuent à cette image.

Ces éléments sont à l'origine de l'intérêt touristique croissant de la montagne (France Commissariat général du plan 1999b, p. 67, 292, 293). Cependant, l'augmentation de la fréquentation touristique dans cet espace a de nombreuses répercussions négatives sur l'environnement.

3.4.2 Des répercussions environnementales, la dégradation d'un espace naturel : la montagne !

Les aménagements touristiques nécessitent parfois de retoucher la topographie afin de faciliter la construction de remontées mécaniques ... (Merlin 2007, p. 64-65) ou d'urbaniser la montagne (Juguet et Peyrouzet 2015, p. 138).

Le déboisement et le terrassement sont souvent des actions nécessaires pour laisser place aux aménagements. Ces interventions perturbent le mouvement des eaux, créent des phénomènes microclimatiques, modifient les précipitations. La disparition de la végétation liée au déboisement accélère l'érosion (Merlin 2007, p. 64-65). Ce dérèglement peut entraîner des inondations et augmenter le risque d'avalanche et d'éboulement (Juguet et Peyrouzet 2015, p. 138).

Ces risques naturels ont des impacts sur l'activité touristique. Ils peuvent représenter un danger pour les pratiques sportives, mais également pour les hébergements (Merlin 2007, p. 64-65). Par exemple, le 11 février 1970 une avalanche s'est abattue sur un centre de vacances à Val d'Isère faisant 39 morts (Juguet et Gérin-Grataloup 2021, p. 28).

L'activité touristique est responsable de la disparition de certaines espèces ou leur déstabilisation entraînant leur migration vers des zones plus calmes (Merlin 2007, p. 64-65). La présence d'une architecture urbaine pas toujours intégrée aux paysages et les remontées mécaniques sont à l'origine de la dégradation paysagère qui nuit à l'image des stations (Juguet et Peyrouzet 2015, p. 138).

Le tourisme de masse a de lourdes conséquences environnementales, avec une consommation énergétique importante, gaspillage de l'eau pour la production de neige de culture (Juguet et Gérin-Grataloup 2021, p. 44). Une fréquentation importante de l'espace montagnard peut mener à la destruction d'espèces végétales. La randonnée, par exemple, entraîne une dégradation de la végétation et une reprise de l'érosion à partir de 60 passages par an (Merlin 2006, p. 108).

4. Les mesures de protection d'un espace fragile

Pour limiter les nombreux impacts négatifs du tourisme en montagne, des mesures de protection ont été prises pour protéger cet environnement.

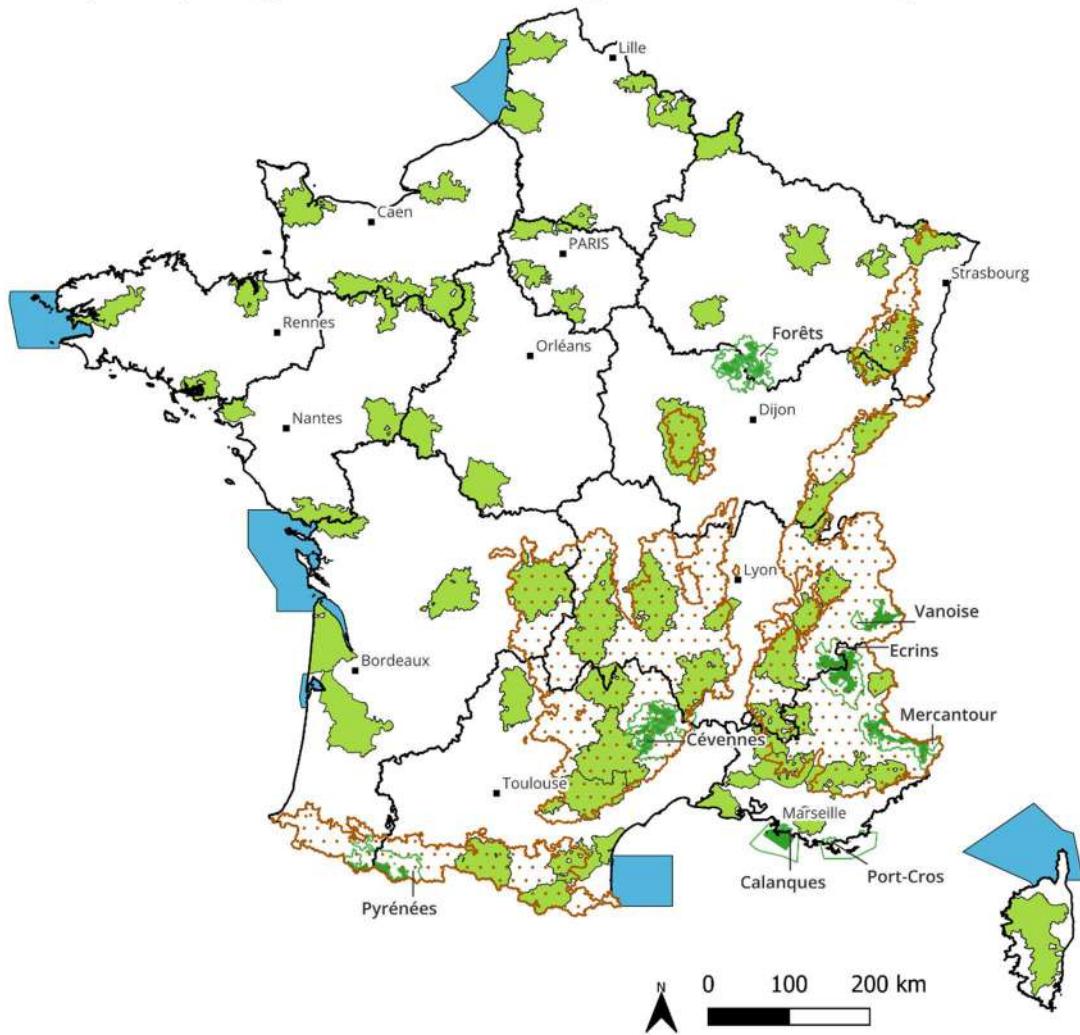
Les espaces touristiques se sont développés de façon spontanée et les conséquences sur l'environnement ont été considérées tardivement. Les pouvoirs publics ont alors développé des politiques de protection pour les espaces les plus fragiles. Dans les années 1960, trois stratégies ont été développées :

- « *les réserves naturelles destinées à la protection absolue de la faune, de la flore et des milieux naturels présentant un intérêt scientifique (ex : Les Gorges de Daluis, le Massif de Saint Barthélémy) ;*
- *les parcs nationaux (PN) consacrés à la préservation de grands sites naturels pour leur beauté, leur richesse biologique (faune et flore) dans un objectif de les mettre à disposition du public ;*
- *et enfin les Parcs naturels régionaux (PNR) qui ont 3 objectifs : équiper les grandes métropoles en aires de détente, animer les secteurs ruraux en difficulté et mettre en valeur les richesses naturelles et culturelles en préservant la faune, la flore et les paysages. » (Merlin 2006, p. 61)*

L'espace montagnard regroupe la plus grande part d'espaces naturels classés au niveau national et de biodiversité (ATOUT-France 2012, p. 10,11). Les territoires de haute montagne (plus de 1 500 m d'altitude) sont inclus dans quatre des parcs nationaux : La Vanoise, les Écrins, le Mercantour et les Pyrénées (Juguet et Gérin-Grataloup 2021, p. 88; Merveilleux du Vignaux 2003, p. 216).

Figure 10 : Carte des espaces protégés (janvier 2025) et des zones de montagne en France Métropolitaine³⁰

Espaces protégés et zones de montagnes en France Métropolitaine



Légende :

... Zones de montagne	Régions
■ Aire d'adhésion Coeur de Parc National	▪ Préfectures régions
■ Coeur de Parc National	■ Parcs Naturels Régionaux
■ Parc Naturels Marins	

© M.CORNIGLION, 1 mars 2025
Sources : BD CARTO® | Géoservices ; data.gouv.fr ; Inventaire national du patrimoine naturel (INPN)

³⁰ Corniglion Marie, 2024

Aujourd’hui, la France dispose d’une grande variété de mesures de protection de l’environnement et de la biodiversité auxquelles s’ajoutent les engagements internationaux (Notre-environnement 2020).

Les mesures de protection peuvent être classées en 5 grandes catégories :

- protections réglementaires niveau national qui regroupent les cœurs de Parcs Nationaux (PN), les réserves naturelles, les arrêtés de protection, les Réserves Nationales de Chasse et de Faune Sauvage ainsi que les réserves biologiques ;
- les mesures de protection internationales, qui rassemblent des engagements pris au niveau mondial (biens inscrits au patrimoine mondial de l’Unesco, convention Ramsar, réserves de biosphère) et des engagements européens (sites Natura 2000) ;
- les dispositifs de protection contractuelle les aires d’adhésion des parcs nationaux, les Parcs naturels régionaux et les parcs naturels marins.
- les maitrises et acquisitions foncières (sites du conservatoire du littoral, sites des conservatoires d’espaces naturels) ;
- les autres outils de protections tels que les Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT), et la Loi montagne (Ministère Aménagement du territoire Transition écologique 2021; Notre-environnement 2020) (cf. Annexe A, p 210).

Il est important de noter que certaines zones du territoire français sont couvertes par plusieurs dispositifs de protection (Ministère Aménagement du territoire Transition écologique 2021).

Nous allons présenter une sélection de mesures de protection de l’environnement applicables sur le territoire français et en particulier en montagne.

4.1 Les Parcs Nationaux (PN)

Les premiers parcs nationaux sont apparus aux États-Unis. Le Parc National de Yellowstone a été créé le 1^{er} mars 1872. Ce parc devient alors « *le modèle des modèles* ». En France, la possibilité de créer des parcs nationaux apparaît le 22 juillet 1960 avec la loi relative à la

création des parcs nationaux. Les premiers parcs nationaux français sont les parcs de la Vanoise (6 juillet 1963) et de Port-Cros (14 décembre 1963) (Merveilleux du Vignaux, 2003, p. 26, 58, 83, 91).

En 1997, une note de doctrine valide les fondements juridiques des parcs nationaux français. Ils ont pour finalités de :

- Conserver, restaurer, gérer et préserver le patrimoine.

La notion de patrimoine est définie comme telle. Le patrimoine naturel comprend la diversité biologique, les espèces animales et végétales, les milieux naturels et les flux d'équilibre biologiques, les espaces et les ressources dont l'eau le sol et le sous-sol. Le patrimoine culturel comprend les sites, les paysages, et le regard des hommes sur ce patrimoine naturel.

- Mettre ce patrimoine à disposition de tous par des équipements d'accueil pour permettre sa découverte et promouvoir des comportements respectueux de la nature et de ses équilibres.
- Favoriser des améliorations d'ordre social, économique et culturel dans un souci de développement durable dans un objectif de rendre la conservation de la nature plus efficace.

Les parcs nationaux sont créés par décret en Conseil d'État à l'issue d'une enquête publique à partir d'espaces terrestres ou maritimes, lorsque

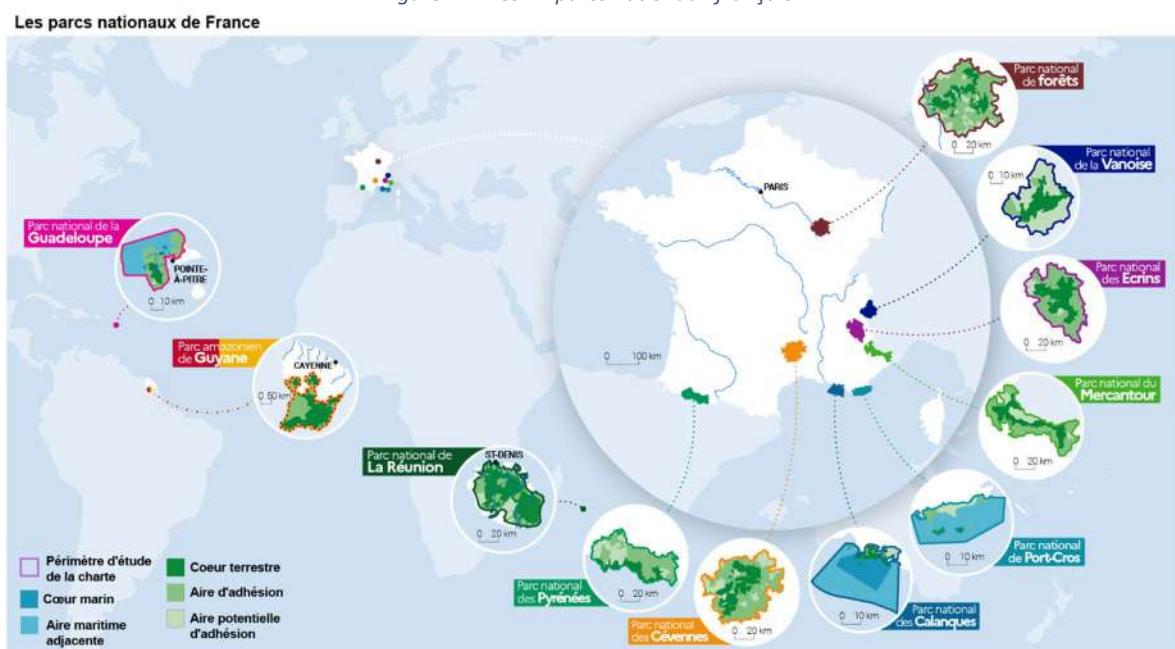
« le milieu naturel, particulièrement la faune, la flore, le sol, le sous-sol, l'atmosphère et les eaux, les paysages et, le cas échéant, le patrimoine culturel qu'ils comportent présentent un intérêt spécial et qu'il importe d'en assurer la protection en les préservant des dégradations et des atteintes susceptibles d'en altérer la diversité, la composition, l'aspect et l'évolution » (Légifrance 2016d; Légifrance 2010).

La création du Parc s'accompagne d'un projet de territoire présent dans la charte du Parc national (Légifrance 2021c). Les terrains appartiennent à l'état (Juguet et Peyrouzet 2015, p. 46). Les parcs nationaux sont gérés par des établissements publics : le ministère de l'Environnement (autorité technique, administrative et financière) et le ministère du Budget (autorité financière et comptable de l'établissement public) (Merveilleux du Vignaux 2003,

p. 80). Les parcs nationaux sont rattachés à l'Office Français de la Biodiversité (OFB) afin de renforcer leurs actions de protection de la biodiversité³¹. L'OFB est à l'origine des zones de protection Natura 2000, également présentes dans les parcs nationaux et régionaux.

Le périmètre des parcs nationaux est défini en deux zones. Une zone aire d'adhésion qui remplit une fonction d'accueil, de transition et de développement et une zone cœur dont les activités sont interdites ou réglementées (Giran 2003, p. 33; Merveilleux du Vignaux 2003, p. 68). Chaque parc a une réglementation spécifique fixée par décret (Parcs Nationaux de France 2025). La France compte 11 parcs nationaux qui couvrent 8 % du territoire. Les parcs nationaux constituent des atouts touristiques importants. Ils attirent plus de 10 millions de visiteurs chaque année (Juguet et Gérin-Grataloup 2021, p. 86)³².

Figure 11 : Les 11 parcs nationaux français³³



Source : IGN, Les parcs nationaux de France. Traitements : SDES - OFB, 2021

³¹ Portail des parcs nationaux de France, Les parcs nationaux: 11 espaces naturels protégés d'exception, <https://www.parcsnationaux.fr/fr/des-decouvertes/les-parcs-nationaux-de-france/les-parcs-nationaux-11-espaces-naturels-proteges>, consulté le 19 février 2024.

³² Portail des parcs nationaux de France, Les parcs nationaux: 11 espaces naturels protégés d'exception, <https://www.parcsnationaux.fr/fr/des-decouvertes/les-parcs-nationaux-de-france/les-parcs-nationaux-11-espaces-naturels-proteges>, consulté le 19 février 2024.

³³ Portail des parcs nationaux de France, Les parcs nationaux: 11 espaces naturels protégés d'exception, <https://www.parcsnationaux.fr/fr/des-decouvertes/les-parcs-nationaux-de-france/les-parcs-nationaux-11-espaces-naturels-proteges>, consulté le 19 février 2024.

Au sein des Parcs nationaux il existe une zone de protection plus forte que la zone cœur du parc, il s'agit de la réserve intégrale (cf. Annexe A, p 210).

4.2 Les Parcs naturels régionaux (PNR)

Les Parcs naturels régionaux (PNR) sont apparus en France en 1967. Leur création est née d'une volonté commune entre les habitants et la région (Juguet et Gérin-Grataloup, 2021, p. 78). Il s'agit d'une structure publique gérée par un syndicat mixte regroupant toutes les collectivités qui ont approuvé la charte du Parc (Parcs Naturels Régionaux de France 2018). Les Parcs naturels régionaux sont au nombre de 59 (cf. Annexe B, p 221) et couvrent 17,2 % du territoire français³⁴.

C'est sous l'impulsion du Général de Gaulle que les Parcs naturels régionaux ont vu le jour en France, avec le décret n°67-158 du 1er mars 1967 (abrogé et remplacé par le décret n°75-983 du 24 octobre 1975) (Parcs Naturels Régionaux de France 2019). La Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale (DATAR) était à l'initiative du concept de Parc naturel régional (Merveilleux du Vignaux 2003, p. 126). Cette structure ministérielle cherchait, au début des années 1960, une alternative aux parcs nationaux, qui étaient réservés uniquement aux territoires non habités (Parcs Naturels Régionaux de France 2025a). Enfin, un Parc naturel régional se définit de la façon suivante :

« Un Parc naturel régional est territoire rural habité, reconnu au niveau national pour sa forte valeur patrimoniale et paysagère, mais fragile, qui s'organise autour d'un projet concerté de développement durable, fondé sur la protection et la valorisation de son patrimoine. » (Parcs Naturels Régionaux de France 2018).

4.2.1 *Les missions*

Un Parc naturel régional a cinq missions selon l'article R333-1 du Code de l'Environnement.

³⁴ Fédération des Parcs naturels régionaux de France, Qu'est-ce qu'un Parc naturel régional ? Définition, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/les-parcs/comprendre-les-parcs/quest-ce-quun-parc-naturel-regional-definition>, consulté le 08 mars 2025.

Il a pour vocation :

- a) « *De protéger ce patrimoine, notamment par une gestion adaptée des milieux naturels et des paysages* ». Cette mission se traduit par des actions de gestion de l'espace rural en veillant à maintenir la diversité biologique des milieux, des actions de préservations de ses paysages, ses sites remarquables et des actions de mise en valeur du patrimoine culturel.
- b) « *De contribuer à l'aménagement du territoire* », par cette mission le Parc contribue à définir et orienter les projets d'aménagement et d'urbanisme du territoire, tout en veillant au respect de l'environnement.
- c) « *De contribuer au développement économique, social, culturel et à la qualité de la vie* ». Le Parc anime et coordonne les initiatives économiques et sociales afin de garantir une qualité de vie optimale et un développement durable de son territoire en mettant en valeur ses ressources naturelles et humaines.
- d) « *D'assurer l'accueil, l'éducation et l'information du public* ». Il sensibilise les visiteurs et les habitants aux problèmes de l'environnement tout en les encourageant à la découverte du territoire au travers d'activités éducatives, culturelles et touristiques.
- e) « *De réaliser des actions expérimentales ou exemplaires dans les domaines cités ci-dessus et de contribuer à des programmes de recherche* ». Le Parc participe à ces études dans l'objectif de développer de nouvelles procédures et méthodes applicables sur tout autre territoire (*Légifrance 2005a; Parcs Naturels Régionaux de France 2018*).

Les Parcs Naturels Régionaux peuvent également se voir attribuer certaines compétences transférées par les communes et les EPCI adhérents (Sénat 2023).

4.2.2 *Conditions et étapes de la création*

L'initiative de la création d'un Parc Naturel Régional revient aux régions dans le cadre de leurs compétences d'aménagement du territoire.

Après signature de l'avis d'opportunité par le préfet de Région, le Conseil National de la protection de la nature et la fédération des Parcs Naturels Régionaux de France sont alors invités à se prononcer sur l'intérêt de la création et sur la pertinence du périmètre d'étude. La rédaction du projet de territoire (la charte du Parc) est élaborée par la région en association avec les acteurs du territoire :

- collectivités territoriales : conseil(s) régional(aux), communes du territoire, établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) c'est-à-dire les Communautés de communes, Communautés d'agglomération, Communautés urbaines, Métropoles) ;
- et les différents partenaires incluant notamment les socio-professionnels, associations, les chambres consulaires...

Le projet de charte est soumis à une enquête publique, puis transmis par la région aux collectivités territoriales et aux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) concernés par le projet pour validation. Enfin, la région valide le projet de charte et le périmètre de classement, à condition que la majorité des communes situées dans le périmètre d'étude l'ait également approuvée.

Le classement est prononcé par le décret du Premier ministre sur proposition du ministre en charge de l'environnement, pour une durée de 15 ans renouvelable (Parcs Naturels Régionaux de France 2018; Préfet Nouvelle Aquitaine 2023; Légifrance 2021d).

Pour illustrer le déroulement de création d'un Parc Naturel Régional, le schéma ci-après résume les étapes de la création du Parc Naturel Régional de Gâtine Poitevine.

Figure 12 : Étapes de la création d'un Parc naturel régional³⁵



À l'issue du classement, le Parc naturel régional se voit accorder la marque nationale « Parc naturel régional » déposée à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) et propriété du Ministère en charge de l'Environnement (Parcs Naturels Régionaux de France 2018; Préfet Nouvelle Aquitaine 2023).

Pour qu'un territoire soit classé, il doit répondre à cinq critères selon l'article R333-4 du code de l'environnement :

1. la qualité et l'identité du territoire, de son patrimoine naturel et culturel, ainsi que de ses paysages représentant pour la ou les régions concernées un ensemble remarquable, mais fragile et menacé, et comportant un intérêt reconnu au niveau national ;
2. la cohérence et la pertinence des limites du territoire au regard de ce patrimoine et de ces paysages en tenant compte des éléments pouvant déprécier leur qualité et leur valeur ainsi que des dispositifs de protection et de mise en valeur existants ou projetés ;
3. la qualité du projet de charte, notamment de son projet de développement fondé sur la protection et la mise en valeur du patrimoine et des paysages ;

³⁵ PETR Pays de Gâtine, 2025, La démarche de création d'un PNR, <https://www.pays-gatine.com/la-d%C3%A9marche-de-cr%C3%A9ation.html>, 2025, consulté le 15 mars 2025.

4. la détermination des collectivités et des établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre dont l'engagement est essentiel pour mener à bien le projet ;
5. la capacité de l'organisme chargé de l'aménagement et de la gestion du Parc naturel régional à conduire le projet de façon cohérente (Légifrance 2017a).

Cependant, si le Parc ne remplit pas ses missions ou que les critères de son classement ne sont pas respectés, le ministre chargé de l'environnement peut procéder au déclassement du Parc par un décret. Il peut également arriver qu'un Parc ne parvienne pas à renouveler son classement auprès de l'État à l'occasion de la révision de la charte, le Parc est alors automatiquement déclassé (Parcs Naturels Régionaux de France 2018).

4.2.3 Une charte

« *La charte d'un Parc naturel régional est le contrat qui concrétise le projet de protection et de développement de son territoire pour quinze ans* » (Parcs naturels régionaux de France 2018). Ce contrat engage les collectivités territoriales qui l'ont adopté et l'état. La charte présente les objectifs à atteindre, les orientations et les mesures de protection, de mise en valeur et de développement du parc.

La charte est rédigée à l'issue d'un diagnostic territorial, incluant un inventaire du patrimoine et une étude des enjeux environnementaux culturels, sociaux et économiques du territoire. La charte contient un grand nombre d'éléments :

1. Un rapport structurant, qui définit :
 - Les grandes orientations en matière de protection, valorisation et développement du territoire, et présente également les objectifs en matière de qualité paysagère et de préservation.
 - Les mesures à mettre en œuvre, générales ou spécifiques à certaines zones, en précisant celles qui sont prioritaires et leur calendrier prévisionnel.
 - Un dispositif d'évaluation permettant de suivre la mise en œuvre des actions prioritaires la charte et l'évolution du territoire. Des bilans réguliers sont transmis à la région et au préfet.

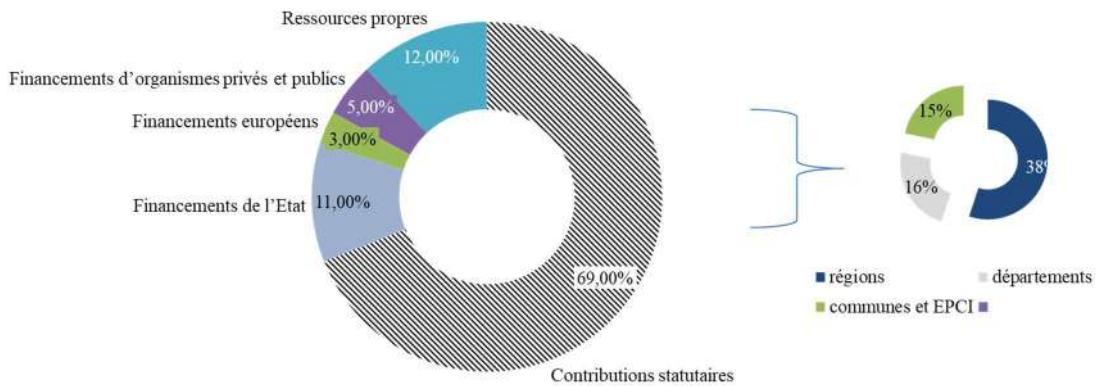
- Les modalités de concertation et les engagements des collectivités, des établissements publics de coopération intercommunale et de l'État pour réaliser des mesures adoptées.
2. Un plan du parc, qui présente le périmètre à classer, le patrimoine naturel et paysager, les zones sur lesquelles s'appliquent les mesures et orientations présentées dans le rapport.
 3. Des annexes, comprenant notamment :
 - la liste des communes du périmètre, en précisant celles qui ont approuvé ou non la charte ;
 - les établissements publics de coopération intercommunale concernés ;
 - les statuts du syndicat mixte chargé de la gestion du Parc ;
 - l'emblème du Parc ;
 - un plan de financement sur les trois premières années du classement (Légifrance 2017b).

Trois ans et demi avant la fin de la validité de la charte, la procédure de renouvellement de classement doit être engagée par la ou les régions concernées (Parcs Naturels Régionaux de France 2018).

4.2.4 Le financement d'un Parc Naturel Régional

Le Parc naturel régional est majoritairement financé par les cotisations statutaires versées au Parc notamment par l'état, les régions, les départements, les communes et établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), faisant partie du périmètre du parc. Le Parc peut également recevoir des subventions par l'Europe, l'état... (Sénat 2023).

Figure 13 : Provenance des recettes de fonctionnement des PNR en 2017³⁶



4.2.5 Gouvernance

Les Parcs naturels régionaux sont gérés obligatoirement par des « syndicats mixtes ouverts » depuis 1995. Ce type de syndicats mixtes permet l'adhésion en plus des collectivités territoriales, d'autres établissements publics. Un syndicat mixte ouvert se distingue par la liberté dont il dispose pour la rédaction de ses statuts. Cela signifie que les Parcs naturels régionaux définissent eux-mêmes leurs règles de fonctionnement de leur organisme de gestion, celles-ci figurent dans les statuts de chaque parc. La signature de la charte entraîne l'adhésion obligatoire des signataires au syndicat mixte.

Le syndicat mixte est composé de ou des : région(s), département(s), communes, établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), et éventuellement des villes portes³⁷ ayant approuvé la charte et d'autres établissements publics concernés par la mise en œuvre de la Charte (Chambres consulaires, ONF, etc.). Chaque collectivité désigne ses représentants qui siègeront au Comité syndical.

Le comité syndical, l'organe décisionnaire, se réunit au minimum deux fois par an. Il est notamment chargé du vote du budget, de l'approbation du compte administratif, de la délégation de la gestion d'un service public, la charte, etc. Il élit le bureau et le président du Parc parmi ses membres.

³⁶ Sénat, 2023, Financement des aires protégées, <https://www.senat.fr/rap/r20-859/r20-859.html>, 3 avril 2023, consulté le 15 mars 2025.

³⁷ Une ville porte est située en périphérie d'un Parc. Elles contribuent à diffuser l'image et l'éthique du Parc et relayer les opérations auprès des populations fréquentant le territoire du Parc

Le bureau a des compétences limitées, celles qui lui sont confiées par le comité syndical. Le bureau est notamment en charge des affaires courantes. Les séances du comité syndical et du bureau se déroulent à huis clos.

Le président a notamment la charge de préparer et exécuter les délibérations du Comité et du Bureau, représenter le syndicat en justice. Il exerce un pouvoir hiérarchique sur les personnels, dirige les débats lors des séances du comité syndical et du bureau et nomme le directeur.

Le Directeur a pour missions de diriger l'équipe technique, d'assurer son recrutement en fonction du budget alloué et de préparer le budget pour l'année suivante. Il assiste aux réunions du Comité syndical et du Bureau. Les membres de l'équipe technique compétents sur les sujets évoqués peuvent assister aux réunions des commissions, conseils ou comités consultatifs organisés par le comité syndical.

Figure 14 : Gouvernance des Parcs naturels régionaux³⁸



³⁸ Parcs naturels régionaux de France, 2022, Bienvenue dans les Parcs naturels régionaux - mémento, https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/sites/federationpnrf/files/document/centre_de_ressources/PNR_DOC_ELUS_2022_WEB_PLANCHES_0.pdf&ved=2ahUKEwiZ0I-7g_ONAxUIfKQEHer3A9YQFnoECBYQAQ&usg=A0vVaw3cN9qtk_OOT16uBOYQJl3n, juin 2022, consulté le 15 juin 2025.

Dès que le mandat des élus prend fin, les membres du comité et du bureau doivent être renouvelés. Le bureau se voit confier des missions par le comité syndical et s'occupe généralement des affaires courantes (Parcs Naturels Régionaux de France 2023b).

4.2.6 Un Parc naturel régional quelles contraintes, quels avantages ?

Les communes adhérentes se doivent de respecter certaines règles et contraintes négociées au préalable de la signature de la charte. Voici une sélection de ces éléments dans le tableau ci-dessous :

Tableau 1 : Un Parc naturel régional quelles contraintes, quels avantages ?³⁹

Public concerné	Contraintes
Pour les particuliers	<p>Se conformer aux dispositions spécifiques : en matière de construction, de gestion de l'eau et des déchets, de boisement, de circulation motorisée, de pratiques d'activités sportives de pleine nature, etc.</p> <p>Les agriculteurs, forestiers, chefs d'entreprise seront encouragés à une meilleure prise en compte de l'environnement et des paysages.</p> <p>Les visiteurs devront respecter les règles de bonne conduite et les réglementations particulières liées à certains espaces.</p>
Pour les communes	Intégrer la politique du Parc dans les documents d'urbanisme, intégrer des réglementations de boisements, arrêtés municipaux...

³⁹ Parcs naturels régionaux de France, 2018, « Questions - réponses sur les Parcs naturels régionaux ».

Public/structure concerné	Avantages
Pour les particuliers	Un cadre de vie agréable, des services et aménagements adaptés à leurs attentes...
Pour les communes	<p>Être impliquées dans un projet de territoire au bénéfice du patrimoine et de l'environnement.</p> <p>Être davantage associées dans les projets d'aménagement et mesure de protection engagés par l'état ou les autres collectivités du territoire</p> <p>Bénéficier d'une image de marque valorisante reconnue au niveau national liée à leur classement en Parc naturel régional</p> <p>Bénéficier d'une équipe pluridisciplinaire pour les accompagner dans la réalisation de leurs projets</p> <p>Bénéficier de moyens financiers supplémentaires pour des projets ou des programmes bénéficiant de financements particuliers des Régions ou CTU, des Départements, de l'État et de l'Union européenne, entrant dans l'application de la charte du Parc.</p>

4.3 Les biens inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco

L'Unesco est l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Cette organisation a été créée le 16 novembre 1945 et son siège est à Paris. Dans le cadre de ses missions (cf. Annexe C, p 222), elle mène des actions en matière de protection du patrimoine naturel et culturel.

Deux conventions internationales contribuent à la préservation du patrimoine. La première, adoptée en 1972, concerne la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel. La seconde, datant de 2003, vise la sauvegarde du patrimoine immatériel.

Toutes deux définissent les types de sites naturels et culturels pouvant faire l'objet d'une inscription sur la liste du patrimoine mondial (cf. Annexe D, p 223).

Il existe donc deux listes : la liste du patrimoine mondial et la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

4.3.1 Les biens sur la liste du patrimoine mondial

Les biens inscrits sur la liste du patrimoine mondial présentent une valeur universelle exceptionnelle et satisfont au moins un critère parmi les 10 définis par l'UNESCO (cf. Annexe E, p 225).

Selon les critères retenus pour la candidature d'un site, le bien pourra être considéré comme :

- bien culturel⁴⁰. Il en existe 44 en France, dont 9 en Occitanie : Pont du Gard, Canal du Midi, Ville fortifiée historique de Carcassonne, Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, Fortifications de Vauban, Cité épiscopale d'Albi, Les Causses et les Cévennes, Paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen, La Maison carrée de Nîmes ;
- bien naturel⁴¹. Il en existe 7 en France, dont 1 en Occitanie : Forêts primaires et anciennes de hêtres des Carpates et d'autres régions d'Europe ;
- bien mixte⁴². Il en existe 2 en France, dont 1 en Occitanie : Pyrénées - Mont Perdu ;
- paysages culturels⁴³. Il n'en existe aucun en France.

⁴⁰ Cf définition de la convention du patrimoine mondial, présente en annexe

⁴¹ Cf définition de la convention du patrimoine mondial, présente en annexe

⁴² Selon le paragraphe 46 des Orientations : « Des biens sont considérés comme « patrimoine mixte culturel et naturel » s'ils répondent à une partie ou à l'ensemble des définitions du patrimoine culturel et naturel figurant aux articles 1 et 2 de la Convention ».

⁴³ Selon le paragraphe 47 des Orientations « Les paysages culturels sont des biens culturels et représentent les « œuvres conjuguées de l'homme et de la nature » mentionnées à l'article 1 de la Convention. Ils illustrent l'évolution de la société humaine et son établissement au cours du temps, sous l'influence des contraintes physiques et/ou des possibilités présentées par leur environnement naturel et des forces sociales, économiques et culturelles successives, externes aussi bien qu'internes. »

Figure 15 : Typologie des biens de la liste du patrimoine mondial⁴⁴

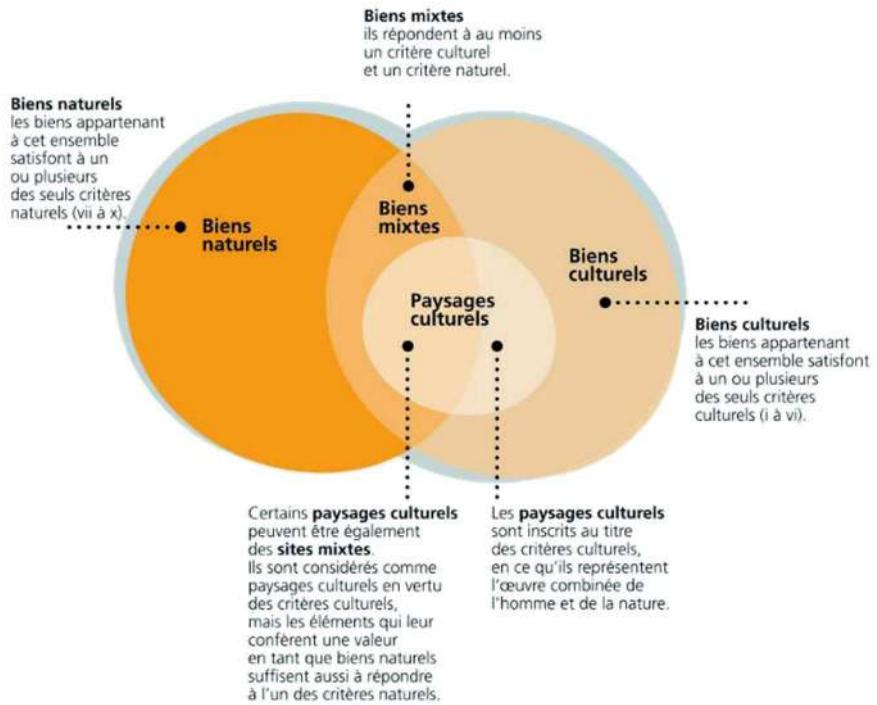


Image : typologie des biens de la Liste du patrimoine mondial (UNESCO, 2011)

En 2024, la France compte au total 55 biens inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Seuls les 196 États signataires de la Convention du patrimoine mondial peuvent proposer des sites en vue de leur inscription sur la Liste du patrimoine mondial. Cette convention fixe également les obligations des pays signataires. Ils sont notamment chargés d'identifier et de proposer des biens susceptibles d'être inscrits sur la liste ainsi que protéger sur le plan juridique les biens inscrits et d'assurer leur conservation.

Chaque bien inscrit est matérialisé par un périmètre précis qui peut comprendre une zone tampon offrant une protection complémentaire. L'inscription d'un bien à l'UNESCO permet une augmentation de son niveau de protection, une sensibilisation du public, d'avoir accès à des financements, de bénéficier de l'élaboration et de la mise en œuvre de plans de gestion qui définissent des mesures de préservation (Ministère de la Culture 2023; Délégation permanente de la France auprès de l'UNESCO 2024a; UNESCO Centre du

⁴⁴ Ministère de l'Environnement de l'Energie et de la Mer, 2017, Patrimoine Mondial au Ministère de l'Environnement - Un réseau d'acteurs au service de territoires d'exception, https://objectif-paysages.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2021-01/Guide%20Patrimoine%20Mondial%20MTES_janvier_2017.pdf, janvier 2017, consulté le 4 mai 2025.

patrimoine mondial 2024; UNESCO Centre du patrimoine mondial 2025; Ministère de l'Environnement de l'Energie et de la Mer 2017).

4.3.2 Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité

Les biens inscrits sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité doivent répondre à un ensemble des critères (cf. Annexe E, p 225). Seuls 184 pays sont signataires de la convention. En 2024, la France compte 28 biens inscrits au Patrimoine culturel immatériel, dont La Transhumance, déplacement saisonnier de troupeaux ; L'équitation de tradition française ; Le repas gastronomique des Français ; Les savoir-faire artisanaux et la culture de la baguette de pain (UNESCO Patrimoine culturel immatériel 2025; Délégation permanente de la France auprès de l'UNESCO 2024b).

4.4 La Loi Montagne

La Loi Montagne également appelée « Loi relative à la protection et au développement de la montagne » du 9 janvier 1995 concerne à la fois les zones dites « zones de montagne » et les « zones massifs »⁴⁵ (Jacquet-Monsarrat 2002, p. 37). Elle s'applique dans plus de 5 000 communes françaises. Elle a pour principaux objectifs de définir les zones de montagne, de trouver un équilibre entre le développement et la protection de la montagne, permet de contrôler l'aménagement et l'urbanisation en montagne (Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires 2022). Cette loi préserve la montagne à différentes échelles. Elle préserve les « *espaces, paysages, et milieux caractéristiques du patrimoine naturel et culturel montagnard* (Article L122-9 du code de l'urbanisme) », « *des terres nécessaires au maintien et au développement des activités agricoles, pastorales et forestières* (Articles L122-10 à L122-11 du code de l'urbanisme) » et les « *parties naturelles des rives des plans d'eau naturels ou artificiels d'une superficie inférieure à mille hectares* (Articles L122-12 à L122-14 du code de l'urbanisme) » (Légifrance).

⁴⁵ Cf. p 13

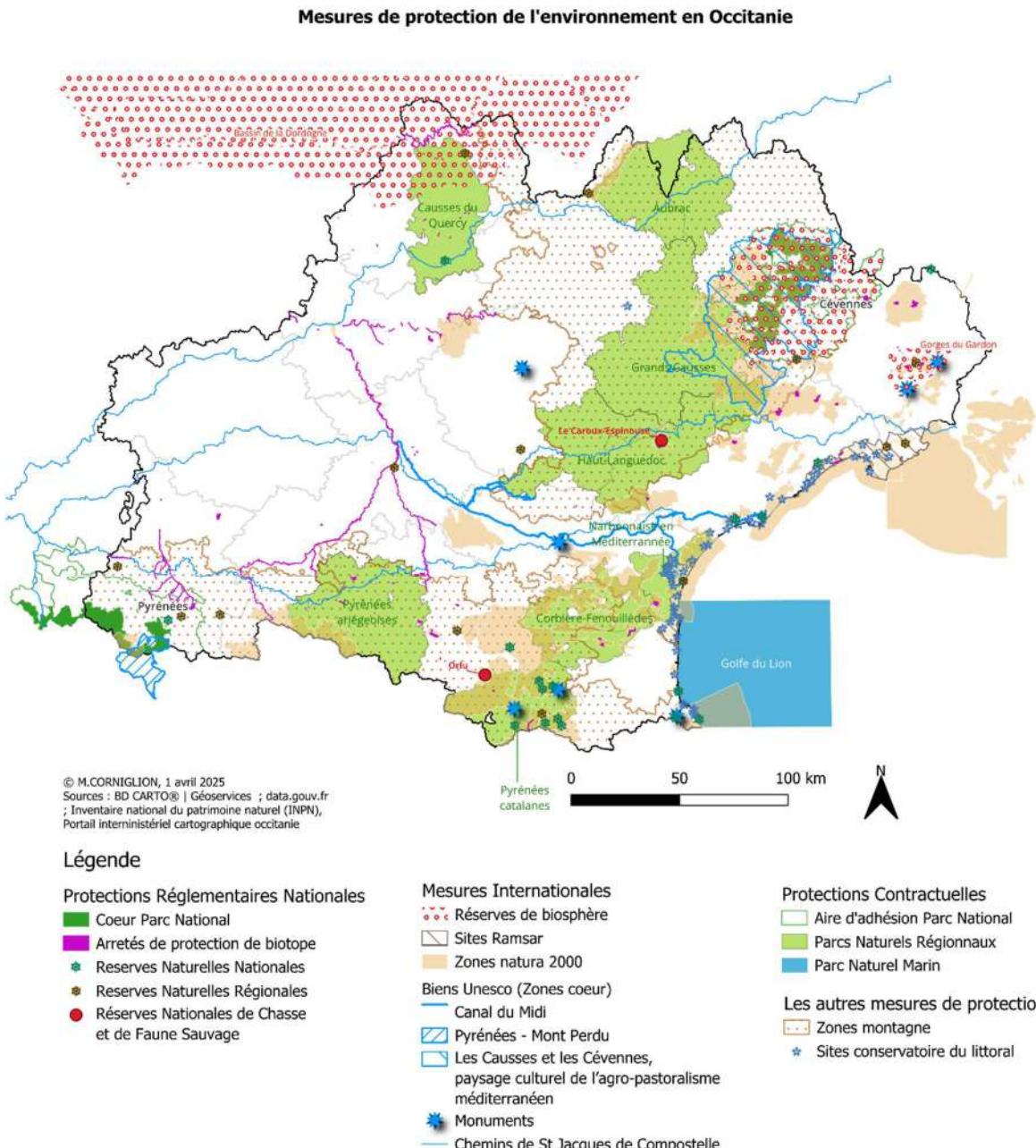
Cette loi de 1985 a été complétée en 2016 par la « Loi de modernisation, de développement et de protection des territoires de montagne » dite « Loi Montagne 2 »⁴⁶, qui prend en compte le changement climatique et les nouvelles attentes de la clientèle. Elle soutient « *l'emploi et le dynamisme économique de la montagne (Articles 28 à 70 du code de l'urbanisme)* », réglemente et encourage « *la réhabilitation de l'immobilier de loisir (Articles 71 à 83 du code de l'urbanisme)* », renforce « *les politiques environnementales à travers l'intervention des parcs nationaux et des Parcs naturels régionaux (Articles 84 à 88 du code de l'urbanisme)* » en tenant compte des spécificités des territoires de montagne (Légifrance 2016c).

4.5 L'exemple des mesures de protection en Occitanie

La région Occitanie illustre parfaitement la diversité des dispositifs de protection de l'environnement, en regroupant l'ensemble des mesures, y compris le Parc naturel marin. Elle est la première région française en matière de biodiversité grâce à sa diversité de paysages : montagnes pyrénéennes, les côtes méditerranéennes, les plateaux du Massif central, les coteaux et plaines de l'ouest. La région concentre plus de la moitié des espèces françaises de faune et de flore. La région fait partie d'un des 34 points chauds de la biodiversité au monde (Région Occitanie 2020; Région Occitanie). 37,77 % de son territoire est placé sous protections réglementaires ou foncières ou contractuelles. Ainsi les espaces décrits précédemment (cf. p 32) sauf les réserves de biosphères sont pris en compte dans le calcul (cf. Annexe F, p 227). Ainsi l'Occitanie se positionne comme la troisième région métropolitaine en matière de surfaces protégées derrière la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (60,01 %) et la Corse (55,82 %) (Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) 2024a). Ces dispositifs sont présents en zone de montagne comme le montre la carte suivante.

⁴⁶ Loi Montagne et Loi Montagne 2, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/loi-montagne>, mars 2023, consulté le 20 février 2024.

Figure 16 : Mesures de protection de l'environnement en Occitanie mars 2025⁴⁷



⁴⁷ Marie Corniglion, 2025

La montagne est donc un territoire pluriactivités. En effet, plusieurs activités économiques différentes sont exercées de manière simultanée ou successive. La pluriactivité est une caractéristique de l'économie montagnarde reconnue par la Loi montagne de 1985 (France Commissariat général du plan 1999b, p. 395). C'est un facteur de développement économique de la zone de montagne (France Commissariat général du plan 1999b, p. 406). C'est également un territoire riche en termes de patrimoine et de biodiversité mais fragile. Il fait l'objet de plusieurs mesures de protection, certains espaces peuvent bénéficier de plusieurs dispositifs de protection.

Chapitre 2 : L'agritourisme : l'alliance entre tourisme et agriculture

L'agriculture dans les zones de montagne joue un rôle à plusieurs niveaux y compris dans l'offre touristique.

1. L'agritourisme : éléments de définition

1.1 De l'agriculture au tourisme : l'agritourisme

L'agritourisme, également appelé « agrotourisme », « tourisme agricole » ou « tourisme lié à l'agriculture », est une forme de tourisme qui se pratique dans une exploitation agricole⁴⁸. À l'étranger, notamment en Angleterre, en Autriche, en Allemagne et dans les pays scandinaves le terme de « farm tourism » peut être employé⁴⁹ (Légifrance 2017c). Cette pratique est considérée comme une composante du tourisme rural (Fabry 2011, p. 20). Plusieurs définitions de l'agritourisme existent. Agreste, le service du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation chargé notamment des statistiques agricoles, propose la définition suivante :

« L'agritourisme ou plus communément appelé le « tourisme à la ferme », regroupe différentes activités touristiques telles que l'hébergement (chambres d'hôtes, gîte rural, camping à la ferme...), la restauration ou de dégustation (ferme gourmande, tables d'hôtes...) ainsi que tout un ensemble d'activités de loisir (fermes pédagogiques, activités sportives ou récréatives, visites d'exploitation...). » (Agreste Primeur 2013)

Dans le Journal officiel de la République française numéro 0142 du 18 juin 2017, l'agritourisme est défini comme :

« Ensemble des activités touristiques pratiquées dans une exploitation agricole, qui permettent à des personnes de découvrir les métiers de l'agriculture et les modes de vie ruraux et de consommer les produits de la ferme, l'hébergement sur place étant souvent possible. » (Légifrance 2017d)

⁴⁸ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, n° 345, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

⁴⁹ Marcotte Pascale, Bourdeau Laurent et Doyon Maurice, 2006, « Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? Une analyse comparative », Téros. Revue de recherche en tourisme, 1 septembre 2006, vol. 25, n° 3, p. 59-67.

L'agritourisme permet notamment la découverte des savoir-faire agricoles, de paysages d'un territoire, de spécialités culinaires et du mode de vie des agriculteurs⁵⁰.

Agnès Durrande-Moreau nous propose une définition élargie de l'agritourisme :

« [elle] considère tout produit touristique lié à l'agriculture comme étant de l'agritourisme : produits bruts et transformés, agriculture alimentaire et non alimentaire, amont et aval de ces produits présentés sous divers angles (productifs, culturels, historiques) ainsi que les effets induits des pratiques (paysages, biodiversité par exemple) ». ⁵¹

Selon l'INSEE, l'agriculture est un secteur économique incluant les cultures, l'élevage, la pêche, la chasse et la sylviculture. Plus précisément, l'agriculture correspond à l'exploitation des ressources naturelles afin de fabriquer des produits issus de la culture et de l'élevage (Insee 2016).

1.2 La naissance de cette pratique

Selon René Béteille, au cours de la première phase de développement de l'agritourisme, qui s'est poursuivie jusque vers 1965, l'hébergement de visiteurs entraînant un revenu au sein d'exploitations agricoles est resté marginal dans la majorité des pays européens. Dans les régions du Tyrol (Autriche) et de la Bavière (Allemagne), les agriculteurs ont pu tirer de cette activité des revenus non négligeables, venant compléter de manière significative les ressources issues de leur activité agricole. Au cours des années 1960, cette activité d'agritourisme s'étend au Benelux et en Italie⁵², où elle devient très populaire⁵³. C'est au cours de cette période que les activités au sein d'exploitations agricoles se diversifient, intégrant des activités de loisirs⁵⁴. C'est à partir des années 1950 que les premières fermes

⁵⁰ Generali, 2021, Agriculteurs : quels sont les bénéfices de l'agritourisme pour votre activité ?, <https://www.generali.fr/professionnel/actu/agritourisme-les-benefices-pour-les-agriculteurs/> , 28 octobre 2021, consulté le 7 décembre 2023.

⁵¹ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, no 354, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

⁵² Béteille René, 1996, « L'agritourisme dans les espaces ruraux européens », Annales de géographie, 1996, vol. 105, p. 584-602.

⁵³ Generali, 2021, Agriculteurs : quels sont les bénéfices de l'agritourisme pour votre activité ?, <https://www.generali.fr/professionnel/actu/agritourisme-les-benefices-pour-les-agriculteurs/> , 28 octobre 2021, consulté le 7 décembre 2023.

⁵⁴ Béteille René, 1996, « L'agritourisme dans les espaces ruraux européens », Annales de géographie, 1996, vol. 105, p. 584-602.

françaises accueillent les touristes pour diversifier leurs revenus agricoles (Ina 2020). Le terme d'agritourisme serait apparu en 1970⁵⁵. Selon Jean Didier Urbain, c'est également dans les années 70 que l'agritourisme est apparu « *quand les agriculteurs ont invité les touristes à participer à la vie de la ferme contre le gîte et le couvert* »⁵⁶. En 1980, l'agritourisme se développe avec la mise en place de deux réseaux nationaux : Accueil Paysans et Bienvenue à la Ferme. Entre 1979 et 2010, d'après le ministère de l'Agriculture, la part d'exploitations agricoles proposant des activités agritouristiques a été multipliée par trois, passant de 1,1 % à 3 % (Ina 2020).

1.3 Une diversification agricole : motivations des agriculteurs

Selon une étude réalisée en 1989 par l'Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture, les raisons principales qui motivent les agriculteurs à pratiquer l'agritourisme sont : le complément de revenus (dans 66 % des cas), le désir d'ouverture et de contact (dans 63 % des cas), la valorisation des bâtiments existants (dans 43 % des cas) ou la réhabilitation du patrimoine (dans 35 % des cas) (Béteille 1996, p. 90; Vlès 2006, p. 288). Les agriculteurs veulent donc échanger sur leur métier, valoriser les ressources gastronomiques (leurs productions) et paysagères, préserver le patrimoine bâti et participer au dynamisme du territoire⁵⁷. Les agriculteurs veulent éduquer et partager leurs connaissances et leur passion (Annes et Bessière 2019, p. 235). Ils apprécient le contact humain (Ina 2020). La volonté de créer un nouvel emploi sur la ferme (conjoint, installation des enfants...) ou l'envie de rompre avec l'isolement peuvent également être des raisons de la diversification (Bounaceur 2017, p. 7).

Les motivations sont donc sociales, économiques et culturelles et sont à l'origine du lancement des agriculteurs dans cette activité.

Le Comité régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie a réalisé, entre septembre 2023 et septembre 2024, une enquête auprès des exploitants agricoles de la région exerçants

⁵⁵ Marcotte Pascale, Bourdeau Laurent et Doyon Maurice, 2006, « Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? Une analyse comparative », Téoros. Revue de recherche en tourisme, 1 septembre 2006, vol. 25, n° 3, p. 59-67.

⁵⁶ Raphaëlle Elkrief, 2018, « L'agrotourisme haut de gamme fleurit », Le Monde.fr, 30 mars 2018 p.

⁵⁷ Laurens Jean et Besson Marie, 2002, Bienvenue à la Ferme. Une marque et un réseau au service de l'agritourisme, s.l., (coll. « Revue Espaces »).

une activité agritouristique et adhérents aux réseaux labels Vignobles & Découvertes, Bienvenue à la ferme, Accueil Paysan et Gîtes de France. Cette enquête par questionnaire a permis d'évaluer les motivations qui ont poussé les agriculteurs à se diversifier dans l'agritourisme. Les résultats sont divisés en deux catégories : les exploitations viticoles et les exploitations non viticoles. Les résultats ci-dessous mettent en évidence les motivations différentes selon la filière (viticole ou non viticole).

Figure 17 : Résultats de l'enquête sur l'agritourisme - Exploitations viticoles base 289 exploitations⁵⁸

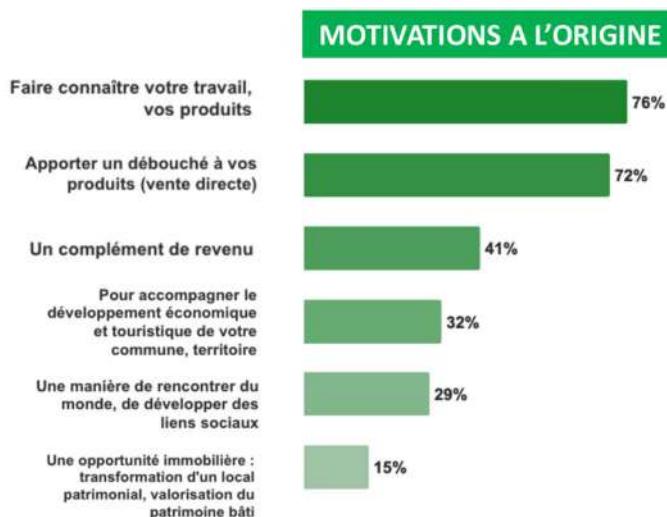
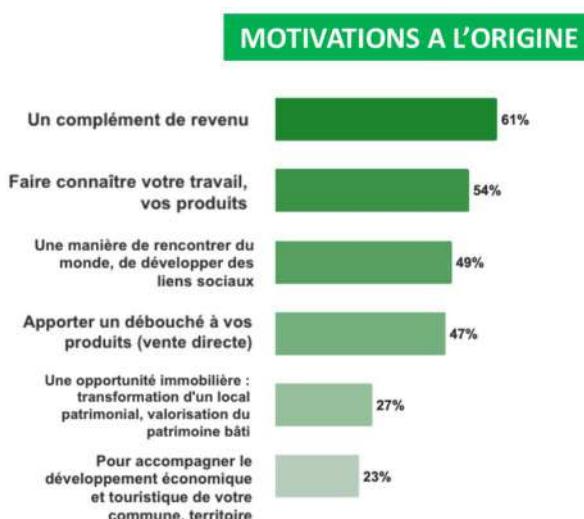


Figure 18 : Résultats de l'enquête sur l'agritourisme – Exploitations non viticoles⁵⁸



⁵⁸ CRTL Occitanie - Observatoire Régional de l'Agritourisme, 2024, Enquêtes auprès de la filière agritourisme en Occitanie - rapport de synthèse, https://crtlanguedoc-my.sharepoint.com/personal/observatoire_crtocccitanie_fr/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fobservatoire%5Fcrtocccitanie%5Fr%2FDocuments%2FOBSERVATOIRE%20AGRITOURISME%2FWEBINAIRE%5F03122024%2FRAPPORT%5FEnque%CC%82tes%20AgriTourisme%5FOccitanie%5F03122024%2Epdf&parent=%2Fpersonal%2Fobservatoire%5Fcrtocccitanie%5Fr%2FDocuments%2FOBSERVATOIRE%20AGRITOURISME%2FWEBINAIRE%5F03122024&ga=1, 3 décembre 2024, consulté le 11 avril 2025.

Les exploitations viticoles cherchent principalement à valoriser leur savoir-faire et leurs produits, tout en développant la vente directe. Du côté des exploitations agricoles non viticoles, on observe également une volonté de faire connaître leur travail, mais dans une moindre mesure. Leur motivation principale est l'obtention d'un revenu complémentaire (CRTL Occitanie - Observatoire Régional de l'Agritourisme 2024).

1.4 Motivations des touristes

Selon Agnès Durrande-Moreau, la curiosité pour l'aliment, le besoin de reconnexion à la terre nourricière, la transmission aux enfants, l'envie de vivre des expériences uniques (rencontres avec agriculteurs), encourager et soutenir les agriculteurs dans des pratiques durables constituent les principales motivations des clients pour l'agritourisme⁵⁹. Le besoin de nature, la recherche d'espaces préservés, de calme, de produits alimentaires de qualité sont à l'origine des souhaits des visiteurs⁶⁰. Les touristes s'intéressent aux produits de la terre, apprécient le contact direct avec les producteurs ainsi que la découverte des lieux de productions (Durrande-Moreau, Courvoisier et Bocquet 2017).

Les motivations des clientèles s'orientent autour de la nature, de l'espace, du patrimoine culturel, de la vie villageoise et des activités de la ferme (Agritourisme et développement local 1995, p. 128).

2. L'offre agritouristique

2.1 Quels sont les produits agritouristiques ?

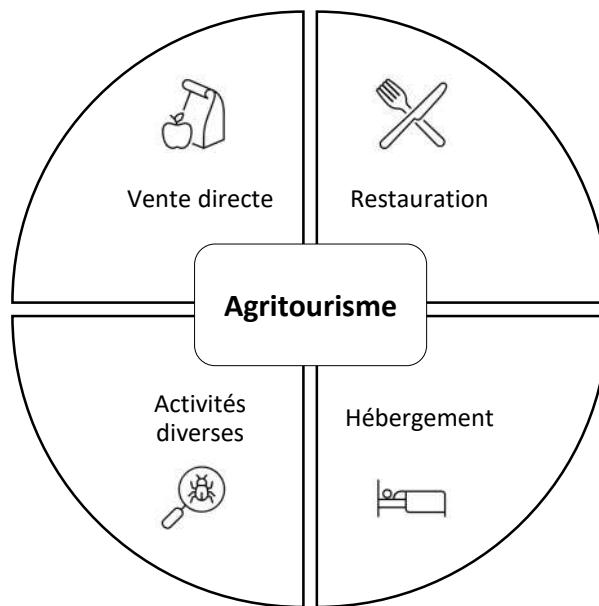
L'agritourisme est une activité considérée comme une forme de diversification des exploitations agricoles, tout comme la transformation des produits ou la production d'énergie (panneaux photovoltaïques, éoliennes), la transformation des matières premières (Bounaceur 2017, p. 9).

⁵⁹ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, n° 345, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

⁶⁰ Laurens Jean et Besson Marie, 2002, Bienvenue à la Ferme. Une marque et un réseau au service de l'agritourisme, s.l., (coll. « Revue Espaces »).

La diversification dans l'agritourisme est déclinée en 4 types d'activités : la vente directe, la restauration, l'hébergement et les activités diverses comme la visite de ferme ou la location de chevaux (Durrande-Moreau, Courvoisier et Bocquet 2017).

Figure 19 : Les 4 secteurs de la diversification des exploitations dans l'agritourisme⁶¹



Agnès Durrande-Moreau a réalisé une étude dans laquelle 10 responsables d'offices du tourisme en zone de montagne (France et Suisse) des Alpes et du Jura ont été interrogés afin d'analyser les différentes offres agritouristiques.

Suite à cette étude, elle propose une définition plus large de l'agritourisme avec non pas 4 activités agritouristiques, mais 12. Les activités de vente directe, de restauration, d'hébergement et les activités diverses ont lieu à la ferme. Selon elle, il faut prendre en considération toutes les activités liées à l'agriculture. Ainsi, les 8 autres formes sont des pratiques hors de la ferme. Elles touchent plus largement le "milieu agricole". Plusieurs acteurs ("associations, musées, coopératives...") peuvent proposer des services agritouristiques^{62 63}.

⁶¹ Corniglion Marie, 2024

⁶² Durrande-Moreau Agnès, 2017, Les nouvelles formes d'agritourisme, une étude de cas en alpage, <https://hal.univ-grenoble-alpes.fr/hal-01547388>, 26 juin 2017.

⁶³ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, n° 345, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

Tableau 2 : Les 12 formes d'agritourisme selon Agnès Durrande-Moreau⁶⁴

À la ferme		Hors ferme	
Domaine	Exemples d'activités	Domaine	Exemples d'activités
1. Hébergement	Chambres, gîtes, camping, cabanes, yourtes	5. Hébergement	Chambres, gîtes ..., dans une ancienne ferme ou dans un lieu bucolique
2. Restauration	Tables d'hôtes, dégustations, goûters	6. Restauration	Repas, dégustations, goûters à base de produits locaux
3. Visites et divers	Visites, démonstrations (traites, tonte, transformation), locations de chevaux	7. Visites et divers	Visites démonstrations sur des lieux de transformations par exemple. Principalement des visites de caves coopératives à vin ou à fromage.
4. Ventes directes	Vente de produits à la ferme	8. Ventes	Marchés, magasins de producteurs... vendant des produits locaux
		9. Musée	Musées, expositions, centres d'interprétations
		10. Itinérance	Routes à thèmes : Routes des vins, des fromages ; sentiers thématiques
		11. Séjours à thème	Séjours en alpage, ateliers cuisine du terroir, randonnée à thème...
		12. Évènements	Fête de la lavande, de la transhumance, repas champêtre, concours de bûcherons

Lors de cette étude, elle a observé que le tourisme lié à l'agriculture est mal reconnu, pas ou peu répertorié (Durrande-Moreau et al., 2017). La classification trop restrictive à 4 formes d'activités agritouristiques ne prend pas en compte la demande du public et pénalise les nombreuses autres activités en ne les valorisant pas.

Dans ce mémoire, l'agritourisme sera étudié selon la définition la plus large (cf. Tableau 2) établie par Agnès Durrande-Moreau.

⁶⁴ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, n° 354, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

2.2 Les grandes structures de développement de l'agritourisme : Gîtes de France, Accueil Paysan, Bienvenue à la Ferme.

L'offre agritouristique est repartie dans au moins 3 réseaux différents : Gîtes de France, Accueil Paysan, Bienvenue à la Ferme (Vlès 2006, p. 287).

2.2.1 Gîtes de France

Figure 20 : Logotype Gîtes de France⁶⁵



Le premier Gîte de France apparaît en 1951 dans les Alpes de Hautes Provence. Le réseau Gîtes de France (Fédération Nationale des Gîtes de France) est né en 1955^{66 67}. Ce réseau est une initiative d'agriculteurs et d'élus qui désiraient réhabiliter leurs bâtiments et développer l'accueil touristique sur leurs terres afin d'éviter la désertification de leurs campagnes⁶⁸.

Aujourd'hui Gîtes de France est le 1er réseau européen d'hébergements chez l'habitant⁶⁹. Ses principales valeurs sont : permettre à la population rurale et aux agriculteurs de bénéficier de revenus complémentaires, contribuer à la promotion des produits du terroir, préserver l'environnement, les traditions et cultures locales. Elles font de Gîtes de France un pionnier du développement durable pour le tourisme rural⁷⁰.

Toute personne propriétaire d'un hébergement en zone rurale peut adhérer à Gîtes de France. Parmi les adhérents, on retrouve notamment des agriculteurs (un tiers des propriétaires) ainsi que des salariés, des artisans, des commerçants, des professions libérales... (Gîtes de France 2002, p. 10).

⁶⁵ Gîtes de France®, 2025, Location de vacances - Gîtes, Chambres d'hôtes, <https://www.gites-de-france.com/fr>, 2025, consulté le 26 mai 2025.

⁶⁶ Gîtes de France Corse, L'historique des Gîtes de France, <https://www.gites-corsica.com/gites-de-france/historique-gites-de-france.html>, consulté le 22 février 2024.

⁶⁷ Gîtes de France Alpes de Haute-Provence, Qui sommes-nous : l'esprit des Gîtes de France, <https://www.gites-de-france-04.fr/esprit-gites-de-france.html>, consulté le 22 février 2024.

⁶⁸ Bos Pascal, Locolas-Thomas Coralie, et Chalon, Karen, 2022, « Gîtes de France, une marque avec une histoire et des valeurs - Communiqué de presse », Gîtes de France Drôme, février 2022.

⁶⁹ Gîtes de France Alpes de Haute-Provence, Qui sommes-nous : l'esprit des Gîtes de France, <https://www.gites-de-france-04.fr/esprit-gites-de-france.html>, consulté le 22 février 2024.

⁷⁰ Bos Pascal, Locolas-Thomas Coralie, et Chalon, Karen, 2022, « Gîtes de France, une marque avec une histoire et des valeurs - Communiqué de presse », Gîtes de France Drôme, février 2022.

Gîtes de France garantit la qualité des hébergements en les classant par niveau de confort en 1, 2, 3, 4 et 5 épis⁷¹.

2.2.2 Accueil Paysan

Figure 21 : Logotype Accueil Paysan⁷²



Accueil paysan est une association qui fut créée en 1979, en Isère, par un groupe d'agriculteurs pratiquant l'accueil à la ferme. Accueil Paysan est également un label qui contribue au développement local notamment par l'agritourisme en promouvant les activités de la ferme, les métiers, les savoir-faire et la vie de la campagne.

Accueil Paysan soutient les paysans et leur permet de vivre de leurs productions. C'est aussi « *un réseau de personnes qui pratiquent l'accueil sur leur lieu de vie, à la ferme et en milieu rural* ». C'est un réseau qui encourage la solidarité et le tourisme solidaire avec des tarifs raisonnables et accessibles. Il accorde une importance particulière à l'accueil, à la richesse des échanges, à la qualité des relations humaines, à l'origine et à la qualité des produits⁷³.

2.2.3 Le réseau Bienvenue à la Ferme

Le réseau Bienvenue à la Ferme a été créé en 1988 par des agriculteurs. Il est animé par les Chambres d'agriculture⁷⁴. Il s'agit du 1er réseau agricole français de vente directe et d'accueil à la ferme⁷⁵. C'est un réseau d'agriculteurs qui s'engage à proposer des produits fermiers de qualité, à offrir un accueil personnalisé et professionnel dans un environnement soigné ainsi qu'à être ambassadeurs d'une agriculture durable et responsable (Réseau Bienvenue à la Ferme 2025). Le Collectif d'agriculteurs Bienvenue à la ferme s'engage à respecter les engagements fixés dans le cahier des charges⁷⁶.

⁷¹ Comité Départemental du Tourisme de la Lozère, 2014, Labels & Associations, <https://www.lozere-tourisme.com/labels-et-associations> , 15 décembre 2014, consulté le 22 février 2024.

⁷² Accueil Paysan réseau d'agritourisme vacances à la ferme solidaire et éthique, 2025, Espace Presse, <https://www.accueil-paysan.com/fr/fnap/espace-presse/> , 2025, consulté le 26 mai 2025.

⁷³ Accueil Paysan, A propos Accueil Paysan, <https://www.accueil-paysan.com/fr/notre-reseau/tout-savoir-sur-accueil-paysan/> , consulté le 22 février 2024.

⁷⁴ ADT des Pyrénées-Orientales, Labels agrotourisme et œnotourisme, <https://pro-tourismeadt66.com/labels-agritourisme-et-oenotourisme> , consulté le 22 février 2024.

⁷⁵ Chambres d'agriculture France, 2023, Bienvenue à la ferme, <https://chambres-agriculture.fr/proagri/bienvenue-a-la-ferme/> , 4 septembre 2023, consulté le 22 février 2024.

⁷⁶ Chambres d'agriculture France, 2025, Espace Agriculteurs - Bienvenue à la ferme - Agriculteurs : rejoignez Bienvenue à la ferme !, <https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/espace-agriculteurs> , 2025, consulté le 30 mai 2025.

Les principales valeurs de ce réseau sont la qualité des produits, la préservation du patrimoine, la garantie d'un accueil personnalisé⁷⁷. La marque « Bienvenue à la Ferme » propose des conseils, des accompagnements aux agriculteurs et contribue au développement de l'agritourisme (Fabry 2011, p. 27). Les agriculteurs bénéficient notamment de la notoriété de la marque, de ses actions de communication, de ses partenariats et d'un conseiller Bienvenue à la Ferme qui va accompagner les agriculteurs dans leur projet en leur apportant une expertise sur différentes thématiques (transformation, agritourisme, urbanisme, réglementation, subventions, formations, etc.)⁷⁸. Cette marque est destinée aux agriculteurs proposant des activités agritouristiques (CRTL Occitanie 2017, p. 62) parmi les 4 principales évoquées précédemment (cf. Figure 19 p 56).

En 2024, une déclinaison du label Bienvenue à la Ferme a été lancée à destination des vignerons, et porte l'appellation Bienvenue au Domaine. Aucune publication officielle n'est disponible. Dans l'édition 2025 du guide Bienvenue à la Ferme de l'Aveyron, 4 domaines bénéficient de la déclinaison⁷⁹.

Figure 22 : Logotype Bienvenue à la Ferme⁸⁰



Figure 23 : Déclinaisons Bienvenue à la Ferme pour les vignerons⁸¹



⁷⁷ Nos valeurs - Bienvenue à la ferme, <https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/nos-valeurs>, consulté le 22 février 2024.

⁷⁸ Chambres d'agriculture France, 2025, Espace Agriculteurs - Bienvenue à la ferme - Agriculteurs : rejoignez Bienvenue à la ferme !, <https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/espace-agriculteurs>, 2025, consulté le 30 mai 2025.

⁷⁹ Échange téléphonique et mail avec Magaly BRUEL-FRAYSSSE Conseillère Agri-Tourisme et Animatrice du réseau Bienvenue à la Ferme Aveyron, consulté le 26/05/2025.

⁸⁰ Chambres d'agriculture France, 2025, Bienvenue à la ferme : mangez et vivez fermier !, <https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/>, 2025, consulté le 30 mai 2025.

⁸¹ Échange téléphonique et mail avec Magaly BRUEL-FRAYSSSE Conseillère Agri-Tourisme et Animatrice du réseau Bienvenue à la Ferme Aveyron, consulté le 26/05/2025.

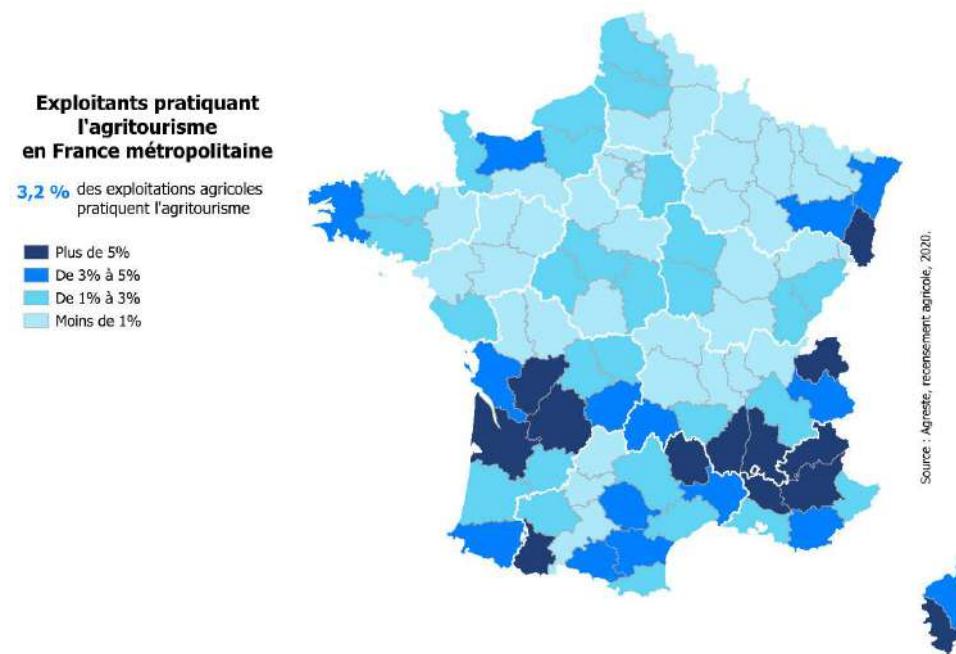
D'autres réseaux, comme les Centres d'initiatives pour valoriser l'agriculture et le milieu rural (CIVAM) ou Vignobles et Découvertes sont également spécialisés dans l'agritourisme. Ils accompagnent des agriculteurs dans le développement de leur projet et dans sa valorisation (Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée 2024).

3. La montagne, un territoire propice à l'agritourisme ?

3.1 La présence de l'agritourisme en France

Les exploitations agritouristiques sont plus fréquentes en zone de haute montagne, elles seraient plus d'une sur dix à pratiquer des activités touristiques. Les exploitations développant ces activités bénéficient généralement d'une bonne assise, de moyens de production non négligeables et d'un fonctionnement bien maîtrisé par l'agriculteur (Simon 2002, p. 320, 323). En France, selon le recensement agricole de 2020, 3,5 % des exploitations agricoles françaises pratiquent l'agritourisme (Juguet et Gérin-Grataloup 2021, p. 85). Le pourcentage est en hausse, mais le nombre d'agriculteurs diminue (Agritourisme et développement local 1995, p. 55).

Figure 24 : Exploitants pratiquants l'agritourisme⁸²



⁸² Juguet Isabelle et Gérin-Grataloup Anne-Marie, 2021, Géographie, tourisme et territoires, Paris, Nathan (coll. « Repères pratiques 32 »), 159 p. page 85

Parmi les régions les plus « agritouristiques », c'est-à-dire avec l'offre d'accueil la plus importante et la plus diversifiée, figurent l'Occitanie, la Nouvelle-Aquitaine et l'Auvergne-Rhône-Alpes (Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2022a).

L'agritourisme est une activité qui est plus souvent présente dans les zones géographiques présentant une attractivité touristique (littoral, zones de montagne), ainsi que dans celles à forte identité patrimoniale (Agreste Primeur 2013).

3.2 La montagne, un territoire propice à l'agritourisme

Nous distinguons deux formes d'agricultures en France : l'agriculture intensive et l'agriculture extensive. L'agriculture intensive se distingue par des rendements élevés contrairement à l'agriculture extensive, moins productive en raison de conditions naturelles difficiles ou d'investissement limité (Baud, Bourgeat et Bras 2015, p. 15). Elle nécessite la mobilisation de vastes surfaces, souvent peu productives (Brunet, Théry et Ferras 2006, p. 23,207). L'agriculture intensive correspond à une agriculture dont la production à l'hectare est importante (Légifrance) (cf. Annexe D, p 223). En montagne, l'élevage est généralement extensif (Jacquet-Monserrat 2002, p. 17; Insee 2017).

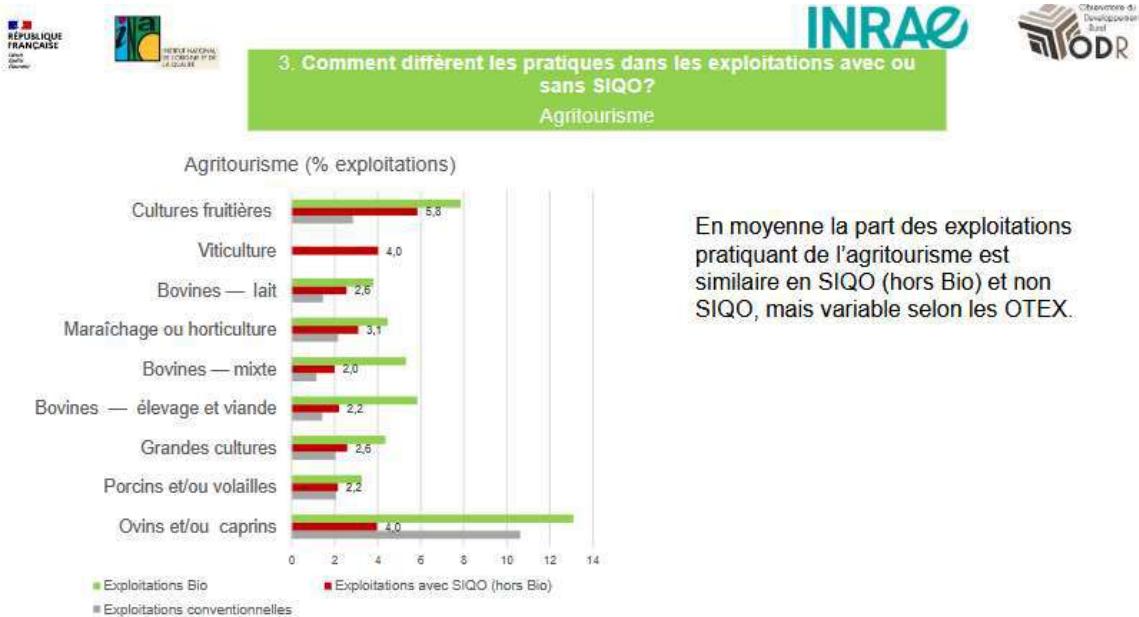
Certaines formes d'agriculture sont plus adaptées que d'autres à l'agritourisme : l'élevage extensif, la production fruitière, la polyculture, et bien sûr le vin avec l'œnotourisme. Au contraire, les grandes cultures (céréales, betterave, pomme de terre...) ou l'élevage intensif sont moins concernés⁸³. Souvent les exploitations spécialisées dans l'élevage ovin, caprin ou dans l'élevage d'autres herbivores sont adaptées et prisées pour les activités touristiques à la ferme. Ces exploitations se trouvent généralement en zone de montagne (Agreste Primeur 2013).

Le graphique ci-dessous met en évidence l'importance des exploitations bovines, caprines et ovines dans l'agritourisme. On observe que les exploitations en agriculture biologique sont majoritairement plus nombreuses à s'être diversifiée dans l'agritourisme. On observe

⁸³ JBB, 2023, Agritourisme, agrotourisme, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/agritourisme-agrotourisme> , mai 2023, consulté le 12 octobre 2023.

également que les exploitations sous Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) sont plus nombreuses proposer des prestations agritouristiques. Les données de ce graphique sont issues du recensement agricole de 2020.

Figure 25 : Part d'exploitations agricoles pratiquant l'agritourisme selon leurs spécialisations⁸⁴



3.3 Les points de vigilance de l'agritourisme

Dans un ancien article de 1995, Pierre Vitte aborde certains éléments sur les problèmes de l'agritourisme. Il aborde notamment les points de vigilance tels que présentés ci-après.

L'agritourisme ne doit pas être considéré comme une solution miracle pour la survie des exploitations agricoles en difficulté, c'est une activité qui se développe dans des exploitations stables, en bonne santé.

La diversification dans l'agritourisme nécessite un investissement en termes de temps, de main-d'œuvre sur l'exploitation et des investissements sur le long terme sans garantie de rentabilité, liée à la saisonnalité du tourisme (périodes creuses). L'activité agritouristique est parfois choisie par les agriculteurs sans connaissances du marché ou des attentes du public.

⁸⁴ INAO, INRAE, et Observatoire du Développement Rural, 2024, Recensement Agricole 2020 - Focus sur les SIQO, https://odr.inrae.fr/intranet/carto_joomla/index.php/ressource/documents/reseau-qualite/3409-2024-syntheserезультas-rasiqo-otsiqo/file, juin 2024.

Les exploitations en difficulté sont rarement à l'initiative de cette diversification et peinent à obtenir des financements. Le risque est de trop compter sur l'agritourisme pour sauver l'exploitation (Vitte 1995). Dans l'agritourisme, la culture est l'activité principale et le tourisme l'activité secondaire. Certaines formes d'agritourisme peuvent être très lucratives, car l'agriculture seule ne peut pas rendre l'exploitation rentable (Vlès 2006, p. 289).

Une autre des difficultés réside dans la communication de l'offre et dans la lenteur du développement de la clientèle. De plus, le tourisme réclame beaucoup de professionnalisme. Les agriculteurs développant cette nouvelle activité se sont souvent formés avec, généralement l'aide des Chambres d'Agriculture. « *Les agriculteurs accueillant des touristes font souvent preuve d'un individualisme* », ils réalisent eux-mêmes la promotion de leur structure et font rarement partie des réseaux des professionnels du tourisme (Vitte 1995). Ils peuvent rencontrer des difficultés à faire connaître leur offre et à atteindre leur public cible.

D'un point de vue juridique, la diversification des exploitations agricoles est complexe et la législation imprécise. La diversification est souvent une combinaison d'activités multiples et interdépendantes. L'agriculteur « *doit procéder à la qualification de son activité branche par branche, contexte par contexte (fiscal, social, juridique)* » (Bounaceur 2017, p. 8,10,21).

L'agritourisme contribue à accentuer les inégalités entre les exploitations. Il y a les fermes qui développent cette activité pour accroître leur rentabilité et disposent des ressources suffisantes (trésorerie, informations). Puis celles qui ne disposent pas de moyens pour investir, d'informations, qui ont une exploitation peu stabilisée ou dont les exploitants sont trop âgés (Vitte 1995).

Les problèmes de l'agritourisme soulevés par Pierre Vitte datent de 30 ans. Il serait intéressant de réaliser une nouvelle étude afin d'évaluer la situation actuelle.

4. Les territoires de montagne et la présence de produits alimentaires de qualité

« *Les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine, témoins du patrimoine gastronomique de notre pays, sont porteurs de sens et de valeur pour leurs opérateurs, leurs*

filières et leurs territoires. » Philippe Brisebarre, président du conseil permanent de l’Institut national de l’origine et de la qualité (INAO) (Chambres d’Agriculture France 2025)

4.1 L’importance des Signes d’Identification de la Qualité et de l’Origine (SIQO) dans les territoires de montagne

La zone montagne au sens de l’agriculture couvre environ 22 % de la superficie de la France métropolitaine (IGN 2024; Zabal Opendata Agriculture 2021). 46,5 % des aires géographiques AOP et IGP sont en zone montagne (INAO 2025a).

Les Signes d’Identification de la Qualité et de l’Origine (SIQO) sont un moyen de valoriser les produits agricoles, forestiers, alimentaires et produits de la mer (INAO 2017). Ils certifient le savoir-faire des producteurs et témoignent de la richesse du patrimoine alimentaire français. Ils contribuent au maintien de la diversité des productions agricoles françaises et favorisent la biodiversité, la variété des paysages et des ressources naturelles. Les produits sont reconnus et garantis par l’État ce qui contribue à préserver l’emploi et le dynamisme des territoires ruraux et notamment dans les zones défavorisées (Ministère de l’Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2022b). Les zones agricoles défavorisées sont des zones dans lesquelles la production agricole est considérée comme étant difficile en raison de contraintes naturelles ou spécifiques (cf. Annexe G, p 228) (Ministère de l’Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2024; Préfet du Var 2024; Ministère de l’Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2023).

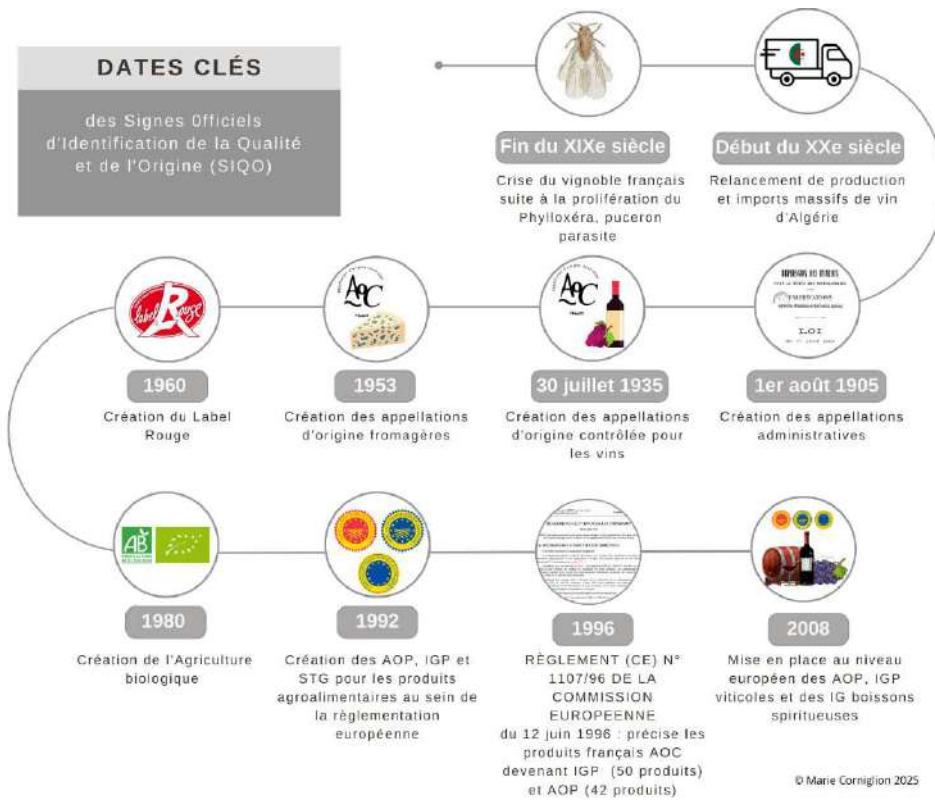
Les Signes d’Identification de la Qualité et de l’Origine (SIQO) ont pour objectifs de garantir aux consommateurs des produits de qualité, répondant à un cahier des charges précis qui prend en compte les aspects environnementaux et le bien-être animal. Ils permettent également de protéger les professionnels des risques de concurrence. Les produits bénéficiant d’un SIQO sont reconnus par l’état (INAO 2017).

4.2 L’apparition des Signes d’Identification de la Qualité et de l’Origine (SIQO)

Suite de la prolifération du puceron ravageur Phylloxéra à la fin du XIXe, les vignobles français ont subi une chute importante de leur production. Au début du XXe siècle, la production a repris et s’est accompagnée d’importations massives de vins d’Algérie chez

certains producteurs. Mais la surproduction et les fraudes ont provoqué une chute des prix, mettant en danger l'activité viticole française. Pour protéger les producteurs des contrefaçons, une première loi (du 1^{er} août 1905) crée des appellations administratives permettant de délimiter les zones de production pour les appellations. Elle ne prend en compte aucun critère relatif à la qualité des produits, entraînant la production de vins médiocres. Les premières appellations fixées par décret concernent les appellations d'origine Champagne (1908-1911), Cognac (1909) et Bordeaux (1911). Par la suite de nombreux textes législatifs vont permettre d'améliorer les problèmes de l'appellation en intégrant des critères portant sur la qualité du produit, la protection de son nom, de ses spécificités, ainsi que son lien avec un terroir spécifique. Les appellations ont été perfectionnées au fil du temps et se sont ouvertes à d'autres filières que le vin. Ci-dessous une chronologie de l'histoire des signes officiels de qualité permet de voir leurs évolutions et leur diversité (INAO 2025c; INAO 2025d).

Figure 26 : Dates clés des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)^{85 86 87}



⁸⁵ Marie Corniglion, 2025

⁸⁶ INAO, 2025, Histoire, <https://www.inao.gouv.fr/histoire>, 2025, consulté le 26 avril 2025.

⁸⁷ EUR-Lex-L'accès au droit de l'Union Européenne, 1996, « Règlement (CE) n° 1107/96 de la Commission du 12 juin 1996 relatif à l'enregistrement des indications géographiques et des appellations d'origine au titre de la procédure prévue à l'article 17 du règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil ».

Il existe 6 Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine reconnus par l'état en France.

4.3 Les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)

4.3.1 *L'indication géographique protégée (IGP)*

L'Indication Géographique Protégée (IGP), l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) et l'Appellation d'Origine Contrôlée garantissent de l'origine des produits.



L'Indication Géographique Protégée (IGP) s'applique uniquement aux produits agricoles, agroalimentaires et viticoles. Pour les boissons spiritueuses, c'est l'Indication Géographique (IG) qui s'applique. L'IGP est un signe européen permettant de protéger le nom d'un produit dans toute l'Union Européenne. Pour cela, au moins une étape de la production, la transformation ou l'élaboration de ce produit, doit être réalisée dans l'aire géographique délimitée (INAO 2025e).

4.3.2 *L'Appellation d'Origine Protégée (AOP)*

Figure 28 : Logotype AOP⁸⁹



L'Appellation d'Origine Protégée (AOP) est également un signe européen qui protège le nom du produit dans toute l'Union européenne. Pour bénéficier de cette reconnaissance, toutes les étapes de production du produit doivent être réalisées selon un savoir-faire reconnu et dans une même zone géographique. C'est à cette zone géographique que le produit doit ses spécificités (Ministère de l'Economie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique 2024; INAO 2025f).

Les appellations IGP et AOP s'appliquent uniquement aux filières viticoles et agroalimentaires (INAO 2025g). Ainsi, le bois peut uniquement obtenir une AOC comme par exemple l'AOC bois de Chartreuse ou l'AOC bois du Jura (INAO 2025h).

⁸⁸ INAO, 2025, Logos et règles d'étiquetage des produits sous SIQO, <https://www.inao.gouv.fr/logos-regles-etiquetage>, 2025, consulté le 27 avril 2025.

⁸⁹ INAO, 2025, Logos et règles d'étiquetage des produits sous SIQO, <https://www.inao.gouv.fr/logos-regles-etiquetage>, 2025, consulté le 27 avril 2025.

4.3.3 L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)

Figure 29 : Logotype AOC⁹⁰



L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) est une appellation française qui permet de protéger le nom d'un produit sur le territoire français. Les critères des deux appellations (AOP et AOC) sont identiques. Cependant, l'AOC permet la protection d'une plus grande diversité de produits, comme le bois. L'AOC est une étape préalable obligatoire à l'obtention de l'AOP. Le classement au niveau européen peut prendre plusieurs années pour les SIQO (AOP, IGP, STG). Une fois l'obtention de l'AOP, le logotype AOC ne peut plus figurer sur les produits, à l'exception des vins (Ministère de l'Economie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique 2024; Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2022c; INAO 2025i).

4.3.4 Le Label Rouge (LR)

Figure 30 : Logotype Label Rouge⁹¹



Le Label Rouge (LR) est un signe français qui identifie les produits de qualité supérieure à celle des produits standards de même catégorie. Les produits alimentaires ainsi que les produits agricoles non alimentaires et non transformés peuvent bénéficier de cette reconnaissance.

Tous les produits peuvent être Label Rouge quelle que soit leur origine géographique (y compris ceux en dehors de l'Union européenne). Les produits Indication Géographique Protégée (IGP) et Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) peuvent être reconnus Label Rouge, mais pas les produits AOC et AOP (Ministère de l'Economie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique 2024; INAO 2025j).

⁹⁰ INAO, 2025, Logos et règles d'étiquetage des produits sous SIQO, <https://www.inao.gouv.fr/logos-regles-etiquetage>, 2025, consulté le 27 avril 2025.

⁹¹ INAO, 2025, Logos et règles d'étiquetage des produits sous SIQO, <https://www.inao.gouv.fr/logos-regles-etiquetage>, 2025, consulté le 27 avril 2025.

4.3.5 La Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)

Figure 31 : Logotype spécialité traditionnelle garantie⁹²



La Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) est un signe européen. C'est un label de qualité qui valorise un produit alimentaire dont la spécificité repose sur sa réalisation avec une méthode de fabrication ou de transformation traditionnelle, même s'il est fabriqué en dehors de sa région d'origine (Ministère de l'Economie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique 2024; INAO 2025k).

4.3.6 L'Agriculture Biologique (AB)

Figure 32 : Logotype Agriculture Biologique⁹³



L'Agriculture Biologique garantit le respect de l'environnement et le bien-être animal. Les produits Agriculture Biologique sont reconnaissables grâce à deux logotypes : l'eurofeuille et la marque AB française. Les produits sont notamment garantis sans utilisation de produits chimiques de synthèse (pesticides, désherbants, engrais...) et sans Organisme Génétiquement Modifié (OGM)(Ministère de l'Economie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique 2024).

Les signes d'identification relèvent en grande majorité d'une démarche collective. Les producteurs se regroupent et définissent un cahier des charges. C'est le cas pour les AOC, AOP, IGP, STG et Label Rouge. En revanche, l'Agriculture Biologique relève d'une démarche individuelle (INAO 2016).

Un produit peut être valorisé par plusieurs Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO). En effet, le signe Agriculture Biologique est compatible avec tous les autres signes officiels de qualité. Le Label Rouge est compatible avec l'Indication Géographique

⁹² INAO, 2025, Logos et règles d'étiquetage des produits sous SIQO, <https://www.inao.gouv.fr/logos-regles-etiquetage> , 2025, consulté le 27 avril 2025.

⁹³ INAO, 2025, Logos et règles d'étiquetage des produits sous SIQO, <https://www.inao.gouv.fr/logos-regles-etiquetage> , 2025, consulté le 27 avril 2025.

Protégée (IGP) agroalimentaire ainsi qu'avec la Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)(INAO 2017).

En 2022, la France comptait 1 204 produits sous signe officiel de qualité (cf. Annexe H, p 229).

4.4 L'impact des Signes Officiels de Qualité et de l'Origine dans l'agritourisme de montagne

Peu de sources traitent du lien entre les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) et leurs importances pour l'activité touristique. Cependant plusieurs éléments permettent de démontrer ce lien.

Julien Frayssignes, docteur en géographie, a réalisé deux études en 2007 et 2009 à la demande de l'Institut Régional de la Qualité Alimentaire d'Occitanie (IRQUALIM) et de la région Occitanie. Ce travail a révélé que les SIQO contribuent aux dynamiques de développement local, notamment en jouant un rôle « spécification de l'offre touristique » d'un territoire. Ils permettent d'enrichir l'offre et de démarquer l'offre gastronomique d'un territoire⁹⁴ (Irqualim 2019).

La Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt (DRAAF) valorise les produits sous Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) de la région Occitanie en les intégrant dans des itinéraires agriculturels. Ces itinéraires permettent de valoriser les produits alimentaires sous signe de qualité, le paysage et le patrimoine (DRAAF Occitanie 2024). D'autres structures valorisent et mettent en avant leurs produits sous SIQO au travers de routes touristiques : la route des fromages AOP d'Auvergne, les routes du Comté (AOP), route des Olivers (AOP Olive de Nice), route du Laguiole AOP, route de la Clairette de Die (AOC), la route des vins d'Alsace (AOC)...⁹⁵

⁹⁴ Irqualim, 2019, Les produits SIQO - Institut Régional Qualité Agroalimentaire, <https://irqualim.fr/les-siqo/> , 2018, consulté le 13 avril 2025.

⁹⁵ Corniglion Marie, 2024

Il existe une multitude de définitions de l'agritourisme. On distingue deux types de définitions, celles qui considèrent que l'agritourisme se pratique uniquement à la ferme et celles qui considèrent que l'agritourisme peut également être pratiqué hors ferme. Le dénominateur commun entre ces définitions réside dans le fait que l'agritourisme englobe des activités touristiques en lien direct avec l'agriculture⁹⁶. L'agritourisme s'intègre bien en montagne et dans de petites exploitations extensives. C'est une activité qui répond aux attentes des touristes et qui est promise à un bel avenir⁹⁷. En outre, les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) permettent d'enrichir l'offre agritouristique d'un territoire.

⁹⁶ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, n° 345, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

⁹⁷ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, n° 345, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

Chapitre 3 : Itinérance et randonnée, une pratique en pleine expansion

Ce chapitre permettra de circonscrire l'itinérance et la randonnée tout en apportant une compréhension de la pratique et de son public.

1. Itinérance et randonnée pédestre : quelle différence ?

1.1 L'histoire des GR et de la randonnée en France

1.1.1 *Une influence romantique à l'origine de la marche*

La marche comme activité de voyage ou de loisirs s'est développée en Europe et aux États-Unis- à partir du XVIII^e siècle (Bazin 2020). Ce développement soudain est lié notamment aux écrits (récit et poèmes) d'Albrecht von Haller, publié en 1729. Ils diffusent une image idyllique de la montagne, perçue auparavant comme un espace hostile, dangereux, en particulier au travers du poème *Die Alpen* qui a connu un succès considérable. Puis, Jean Jacques Rousseau, raconte dans ces écrits, les expériences qu'il a vécues en montagne (*Les Confessions, La Nouvelle d'Héloïse, Rêveries du promeneur Solitaire*). Il se confie notamment sur son amour de la marche, ses bienfaits, sublime la montagne sans en masquer ses dangers. Il parvient à fasciner ses lecteurs. D'autres explorateurs vont se succéder, comme William Windham, premier explorateur de la face nord du Mont-Blanc et qui nomma la Mer de Glace. Son ami, Richard Pococke, l'accompagne au cours d'une expédition et écrit un premier récit sous forme de guide : *Comment se rendre à Chamonix ?* puis *Premier récit d'un voyage à Chamonix*. Par la suite, d'autres écrits (*Le Mont-Blanc à la Mode*) et représentations artistiques (*The Punch*) vont voir le jour et vont tous contribuer, notamment au travers de la littérature romantique, à influencer la vision de la montagne et à développer l'alpinisme. La pratique est dans un premier temps réservée aux aristocrates et aux bourgeois (Baecque 2016, p. 143-146, 166-172).

L'itinérance est le fondement même du tourisme, avec le Grand Tour effectué dès le XIX^e siècle par les jeunes Anglais (Fédération Française de la Randonnée Pédestre et al. 2010).

1.1.2 La naissance du véritable tourisme pédestre

Au début du XIX^e siècle, le voyage de Robert Louis Stevenson avec un âne dans les Cévennes, ainsi que les récits du Suisse Rodolphe Toepffer sur ses voyages dans les Alpes, notamment au tour du Mont-Blanc, marquent la naissance du véritable tourisme pédestre. En 1832, la redécouverte de la nature sous un regard romantique pousse de nombreux artistes à la parcourir. Les sentiers de Fontainebleau font alors l'objet du premier balisage, par le peintre Charles-François Denecourt. Jean Loiseau (1896-1982), ancien scout et amoureux de la nature, voyait dans la marche un moyen de communion avec celle-ci. Il crée en 1934, un groupe de marcheurs, Les Compagnons Voyageurs, et commence à élaborer des tracés partout en France à l'aide d'une carte et d'une boussole : « les grandes routes du marcheur ». Il écrit des guides sur la marche et le camping. Il est considéré comme le père de la randonnée française. L'apparition des congés payés en 1936 a contribué à l'essor de la randonnée. Le Comité National des Sentiers de Grande Randonnée est créé en 1947. Les « grandes routes du marcheur » sont renommées en « sentiers de grande randonnée ». Après avoir observé ce qui se faisait en matière de balisage dans de nombreux pays, il conçoit le balisage composé d'un trait rouge surmonté d'un trait blanc. En 1947, plusieurs tronçons de GR® sont balisés : le premier, le GR® 3, en 1948. Les termes « randonnée et « randonneurs » entrent dans le langage courant. En 1956, un accord est passé avec IGN (Institut national de l'information géographique et forestière) pour faire figurer les GR® sur la carte au 1:50000. L'année suivante, le premier topoguide, celui du GR® 1 paraît. En 1947, le Comité National des Sentiers de Grande Randonnée (CNSGR) est créé. En 1972, 10 000 km de GR® sont aménagés et 25 000 topoguides ont été vendus. Le CNSGR est reconnu d'utilité publique et devient la Fédération Française de Randonnée Pédestre en 1978. En 1980, la première charte du balisage est éditée et, 3 ans plus tard, c'est la naissance des PDIPR (Plans Départementaux des Itinéraires de Promenade et de Randonnée)(Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2024d; Bazin 2020, p. 8-10).

1.1.3 Des sentiers et itinéraires mythiques

Aujourd'hui, la France, par sa diversité géographique et sa variété d'espaces naturels, dispose d'un réseau important d'itinéraires de randonnée. En effet, partout en France et dans les départements et territoires d'outre-mer, des sentiers permettent de découvrir la montagne, le littoral, les bords de rivières et les massifs forestiers. Les itinéraires traversent

des richesses patrimoniales présentes dans les villages. La France métropolitaine compte, en janvier 2025, 55 534,5 km de sentiers de Grande Randonnée (GR®), 35 835 km de sentiers Grande Randonnée de Pays (GRP®) et 33 073,1 km de entiers de Promenade et Randonnée (PR) (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2025c; Bazin 2020, p. 194).

Figure 33 : Répartition des itinéraires de randonnée en France métropolitaine (2025)⁹⁸



En 2020, il y avait 369 GR et 155 GRP en France (*Ibid.*, p. 7). Parmi tous ces sentiers, certains sont considérés comme mythiques et à forte notoriété internationale :

- GR®34 : Le Sentier des Douaniers, longeant la côte Bretonne, permettait autrefois aux douaniers de lutter contre la contrebande. Il fut élu sentier préféré des Français en 2017 ;
- GR®70 : Le Chemin de Stevenson, de l'Auvergne au Languedoc ;
- GR®20 : La corse du Nord au Sud, connu comme étant le sentier le plus difficile d'Europe avec ses passages accidentés et son caractère alpin prononcé, le sentier peut atteindre jusqu'à 2000m d'altitude ;
- GR®65 : Le Chemin de Compostelle, dont les voies historiques sont inscrites à l'Unesco depuis 1998 ;

⁹⁸ Fédération Française de la Randonnée Pédestre, 2025, Chiffres clés des itinéraires 2025, <https://www.ffrandonnee.fr/chiffres-cles-des-itineraires-2025>, 17 janvier 2025, consulté le 10 mai 2025.

- GR®TMB : Le Tour du Mont-Blanc, itinéraire au départ de Chamonix traversant des paysages glaciaires entre la France, l'Italie et la Suisse ;
- GR®10 : qui traverse toute la chaîne pyrénéenne depuis l'océan Atlantique jusqu'à la mer Méditerranée ;
- GR® 5 : La grande traversée des Alpes ;
- GR® 52 : La Vallée des Merveilles dans le Mercantour, connue pour ses gravures rupestres (Atout France 2019c, p. 19-20; Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2022a).

1.2 La randonnée pédestre une pratique multiforme

Selon la Fédération Française de Randonnée Pédestre (FFRp),

« la randonnée pédestre est une activité physique et sportive qui consiste à concevoir et parcourir un itinéraire en se déplaçant à allure libre ou régulée [en marchant et sans courir], en espace naturel, urbain ou aménagé. Elle se pratique sur tous supports permettant un cheminement pédestre sans équipements et/ou techniques de progression liée à l'alpinisme. Cet itinéraire pédestre peut être matérialisé par des éléments de balisage et de signalisation ou non. »

(Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2024c)

Plusieurs appellations correspondent à la définition de randonnée, avec des formes de pratiques différentes en fonction de la durée de la marche (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2022b).

1.2.1 L'itinérance, une randonnée longue durée

Littéralement, l'itinérance est le fait de se déplacer en suivant un itinéraire⁹⁹.

Selon l'Assemblée Nationale, il n'existe pas de définition exclusive de l'itinérance. L'itinérance est considérée par tous comme un tourisme multiforme qui s'appuie sur un territoire. L'itinérance est un

⁹⁹ Le Robert, s.d., Itinérance - Définitions, synonymes, prononciation, exemples, <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/itinérance>, s.d., consulté le 9 mai 2025.

« regroupement de différents modes de randonnée qui se déroulent sur plusieurs jours avec un parcours linéaire ou en boucle dans la nature. Cette activité est organisée en étapes. » (Assemblée Nationale 2010)

Plusieurs définitions d’itinérance sont proposées par la Fédération Française de Randonnée pédestre. L’itinérance est une :

« activité sportive sur un parcours pédestre dont le temps effectif de marche est de plusieurs journées consécutives en itinérance (indice d’effort à partir de 26 répété sur plusieurs jours). On parle de trek quand celle-ci se déroule en pays lointain ou en altitude. » (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2024c; Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2022b)

La Fédération Française de Randonnée pédestre définit également l’itinérance de la manière suivante :

« La randonnée en itinérance, aussi appelée trek, fait parcourir sur un itinéraire long, de plusieurs jours et par étapes, linéaire ou en boucle. » (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2025b)

« Une randonnée qui implique un changement journalier du lieu d’hébergement sont donc exclus les itinéraires parcourus à la journée à partir d’un même hébergement (le réseau d’itinéraires dit en « marguerite » ou en « étoile ») » (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2015).

L’itinéraire traverse une ou plusieurs régions, un massif, plusieurs départements voire des pays entiers (GR 5 des Pays Bas à la Méditerranée) et comporte des étapes. Cette itinérance est l’esprit des sentiers de Grande Randonnée (GR). Le randonneur a généralement recours à un hébergement en refuge ou en gîte d’étape. Il peut aussi, plus rarement, séjourner dans un petit hôtel ou une chambre d’hôtes (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2025b; Bazin 2020, p. 10-11; Agence française de l’ingénierie touristique 1993, p. 7; Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2015).

1.2.2 La randonnée, une pratique plus courte

Pour la Fédération Française de Randonnée pédestre « *Une randonnée est un parcours pédestre dont le temps effectif de marche est supérieur à 4 heures (indice d’effort à partir 26) ».*

1.2.3 La promenade, une pratique de proximité

La promenade est une « Activité physique ou sportive sur un itinéraire pédestre de proximité. » selon la Fédération Française de Randonnée pédestre (Fédération Française de la Randonnée pédestre 2024)

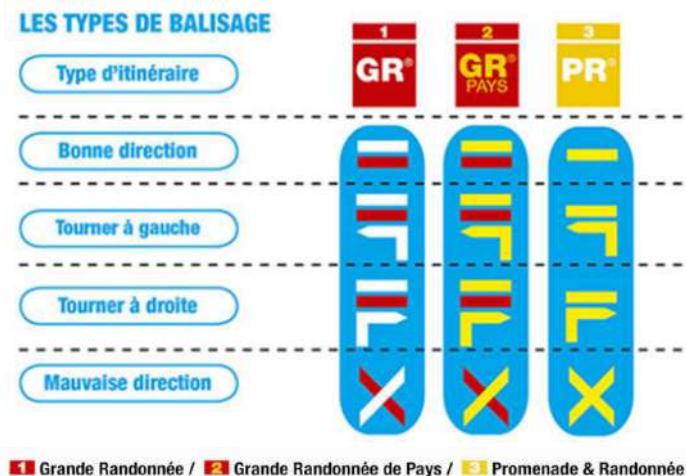
Pour l'ensemble de ces pratiques de randonnée, un balisage permet la pratique de l'activité sans se perdre (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2024d).

2. L'encadrement de la pratique

2.1 Un balisage pour une découverte de la nature sans se perdre

En France, le système de balisage est établi par la Fédération Française de Randonnée pédestre et est inscrit dans une charte officielle. Le balisage consiste à apposer des marques régulières sur un sentier de randonnée permettant de guider les randonneurs empruntant l'itinéraire. Un ensemble de symboles, de couleurs et de formes compose le balisage. Ainsi, chaque catégorie d'itinéraire dispose d'un code de balisage. Les GR® (sentiers de Grande Randonnée) sont balisés en blanc et rouge (randonnée itinérante), les GR® de Pays en jaune et rouge (ils demeurent dans une même entité géographique) et les PR en jaune (ils peuvent être parcourus en une journée)(Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2024a).

Figure 34 : Les signes du balisage pour la randonnée selon La Charte Officielle du Balisage et de la Signalisation de la Fédération Française de Randonnée¹⁰⁰



¹⁰⁰ Fédération Française de la Randonnée Pédestre, 2024, Le balisage des itinéraires de randonnée, <https://www.ffrandonnee.fr/randonner/sentiers/le-balisage-des-itineraires-de-randonnee?docid=7263>, 7 octobre 2024, consulté le 11 mai 2025.

Les autres activités comme le VTT et les activités équestres disposent d'un balisage spécifique qu'un randonneur peut croiser. Cependant, quand un itinéraire est multiactivité, pour éviter le surbalisage, le balisage de la Fédération Française de la Randonnée pédestre sert pour l'ensemble des pratiques. Si l'interdiction aux chevaux n'est pas clairement mentionnée, les itinéraires pédestres restent accessibles (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2019).

Figure 35 : Les autres balisages



Une personne ne peut pas baliser sans autorisation écrite de la Fédération Française de la Randonnée Pédestre ni convention de délégation. En effet, les GR® et GR® de Pays sont des marques déposées à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) par la Fédération Française de Randonnée désignant les itinéraires créés par la Fédération Française de Randonnée (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2024b; Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2019).

Malgré les efforts d'unification du balisage sur le territoire français, d'autres balisages peuvent être utilisés, dans les Vosges par exemple, car le club Vosgien utilise son propre balisage depuis 1872. On peut également retrouver sur le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle, une coquille jaune sur un carré bleu (Atout France 2019c, p. 16). À travers l'Europe, les systèmes de balisage peuvent varier, même si la France, la Belgique, l'Italie, l'Espagne, le Portugal et les Pays-Bas ont un balisage similaire (cf. Annexe I, p 230) (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2023).

En plus d'un balisage spécifique, la randonnée dispose d'une cotation spécifique.

2.2 Une cotation des itinéraires

La Fédération Française de Randonnée Pédestre a défini un système de cotation des randonnées. Pour évaluer la difficulté d'une randonnée, trois critères sont pris en compte :

- l'effort correspondant à la difficulté physique de l'itinéraire. Il peut être mesuré en ligne grâce à la trace GPS de la randonnée sur le site de l'IBP Index ;
- la technicité liée à la difficulté technique (présence et taille des obstacles) ;
- le risque lié au danger de chute et des conséquences possibles.

Les deux derniers critères sont évalués par observation du terrain. Les trois critères sont évalués de 1 à 5 (cf. Annexe J, p232) (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2020).

2.3 Les Plans Départementaux d'Itinéraires de Promenades et de Randonnée (PDIPR) : un outil au service de la qualification de l'offre

Dans le cadre de la Loi de décentralisation de 1983, les départements ont reçu la compétence des itinéraires de promenade et de randonnée. Cette Loi a rendu obligatoire l'établissement des Plans Départementaux d'Itinéraires de Promenades et de Randonnée (PDIPR). Le PDIPR, répertorie l'ensemble des chemins de randonnée utilisant des voies publiques ou privées, ayant fait l'objet de conventions avec les propriétaires (Atout France 2019c, p. 18).

L'objectif est de « *favoriser la découverte des sites naturels et de paysages ruraux en développant la pratique de la randonnée pédestre et éventuellement de la randonnée équestre* ». Les maires se voient octroyer le pouvoir d'interdire sur ces chemins l'usage des véhicules motorisés sauf les véhicules utilisés pour les exploitations agricoles et forestières pour garantir la tranquillité et la sécurité publique (Légifrance 1988). Enfin, le PDIPR permet de garantir la continuité des itinéraires de randonnée et d'assurer la conservation des chemins ruraux (Pôle Ressource National Sports de Nature 2017). Trois textes législatifs décrivent et encadrent l'obligation de rédiger un PDIPR : la Loi n°83-663 du 22 juillet 1983, le décret n°86-197 du 6 janvier 1986 et la circulaire du 30 août 1986 (Fédération Française de la Randonnée Pédestre s.d). Le code de l'environnement contient un chapitre sur les itinéraires de randonnées : lois L361-1 à L361-3 (Légifrance 2025).

2.4 Un réseau d'acteurs important et complexe

Autour de la randonnée pédestre gravite un grand nombre d'acteurs qui contribuent à l'expérience du randonneur en proposant une variété de produits et de services. Le tourisme de randonnée est transversal et implique différents acteurs et secteurs d'activité : transports, tourisme, sécurité, environnement, culture... mêlant ainsi les acteurs des secteurs privés et publics (Atout France 2019a, p. 166). L'ensemble des acteurs (cf. Annexe K, p 234) interviennent à différentes étapes de la conception de l'itinéraire jusqu'à l'achèvement du parcours par le randonneur.

Les collectivités locales interviennent essentiellement en tant que maître d'ouvrage ou appui technique. Elles contribuent à l'équipement des sentiers en matière de signalétique et d'hébergement (campings communaux...), soutiennent la promotion et les événements, œuvrent pour la rénovation du patrimoine. De plus, les collectivités agissent pour l'avenir en matière de développement territorial notamment pour le tourisme et la culture.

La Fédération Française de Randonnée pédestre (FFRP) est délégataire de la pratique de randonnée pédestre. Elle labellise les itinéraires de randonnée et promeut la pratique sportive notamment au travers de l'édition de topoguides. Elle définit les normes de signalétique. Les Comités Départementaux de Randonnée Pédestre (CDRP) ont pour mission de repérer, ouvrir, baliser et entretenir le réseau des sentiers de randonnée¹⁰¹.

Certains Parcs naturels régionaux, comme celui des Grands Causses, assurent la gestion de la signalétique des itinéraires de randonnées. Ils contribuent à la valorisation et à la promotion de l'offre de randonnée, du patrimoine et des acteurs locaux situés à proximité. Les parcs participent à la mise à jour des données et au développement des itinéraires de randonnées¹⁰².

Le département du Finistère a publié l'état des lieux et le diagnostic du Schéma départemental des randonnées du Finistère, dans lequel la complexité de l'organisation des

¹⁰¹ Site officiel des chemins de Compostelle, 2025, Les acteurs des chemins, <https://www.chemins-compostelle.com/les-acteurs-des-chemins/>, 2025, consulté le 27 mai 2025.

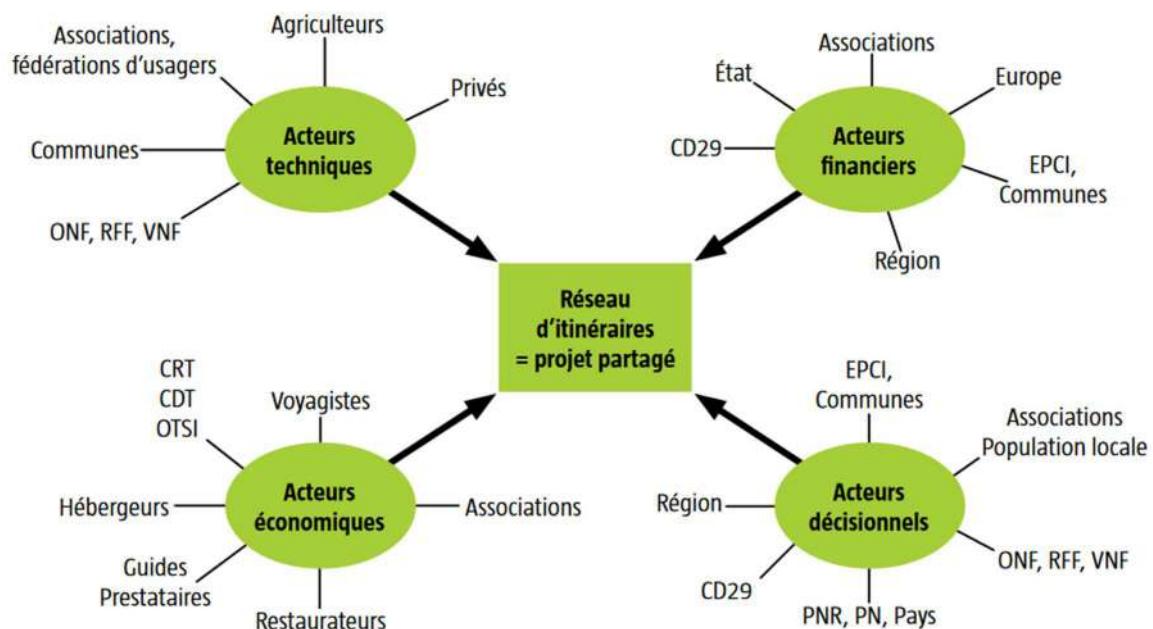
¹⁰² Parc Naturel Régional du Vercors, 2023, Fiche de poste chargé.e de mission pour la gestion des itinéraires de randonnée, https://www.parc-du-vercors.fr/sites/default/files/actualites/FICHE%20DE%20POSTE_Sentiers-1-1.pdf , 26 février 2023, consulté le 27 mai 2025.

acteurs autour de la randonnée est mise en évidence. Deux raisons sont à l'origine de la présence d'un grand nombre d'acteurs autour de cette pratique :

« la prise de conscience récente sur l'intérêt du développement local, et l'imprécision de l'article L361-1 du Code de l'environnement sur la répartition des compétences entre les acteurs locaux en termes d'ouverture des sentiers ».

Les acteurs ont des objectifs différents qui ont permis le développement d'une variété d'itinéraires sur l'ensemble du territoire et la mise en tourisme de nombreux produits touristiques. Cependant, la trop grande diversité de mode de gestion de la randonnée (communale ou intercommunale) a entraîné un manque d'entretien des sentiers lorsque la gestion est communale et compromet donc la qualité des itinéraires¹⁰³.

Figure 36 : Schéma illustrant le système d'acteurs dense et complexe autour de la randonnée¹⁰⁴



¹⁰³ Département du Finistère, 2019, Schéma départemental des randonnées du Finistère - État des lieux et diagnostic, https://www.emmanuellevernay.fr/wp-content/uploads/2025/01/schema_rando_finistere_etat_lieux_diagnostic_2019.pdf, 2019.

¹⁰⁴ Département du Finistère, 2019, Schéma départemental des randonnées du Finistère - État des lieux et diagnostic, https://www.emmanuellevernay.fr/wp-content/uploads/2025/01/schema_rando_finistere_etat_lieux_diagnostic_2019.pdf, 2019.

3. Le marché de la randonnée pédestre

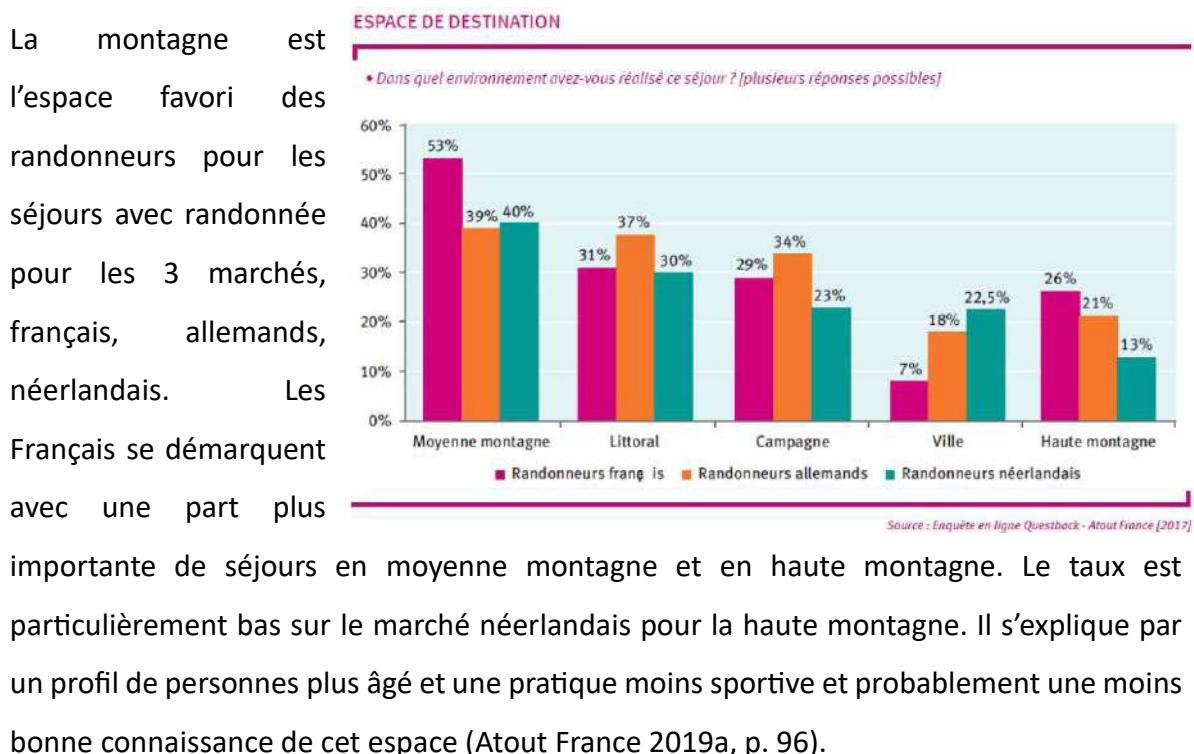
La randonnée pédestre est l'activité sportive préférée des Français en vacances. Le nombre de séjours avec randonnée a augmenté de 25 % au cours de ces 20 dernières années. Il s'agit également de la première activité sportive pratiquée par les Français pendant leurs vacances (Atout France 2019c, p. 3, 49)

Atout France a réalisé une étude des clientèles du tourisme de randonnée pédestre. L'étude a été lancée en 2018 et comprend des données qualitatives et quantitatives récoltées auprès de randonneurs Français, Néerlandais et Allemands.

Cette partie sera essentiellement basée sur cette étude.

3.1 La montagne, la destination privilégiée des randonneurs

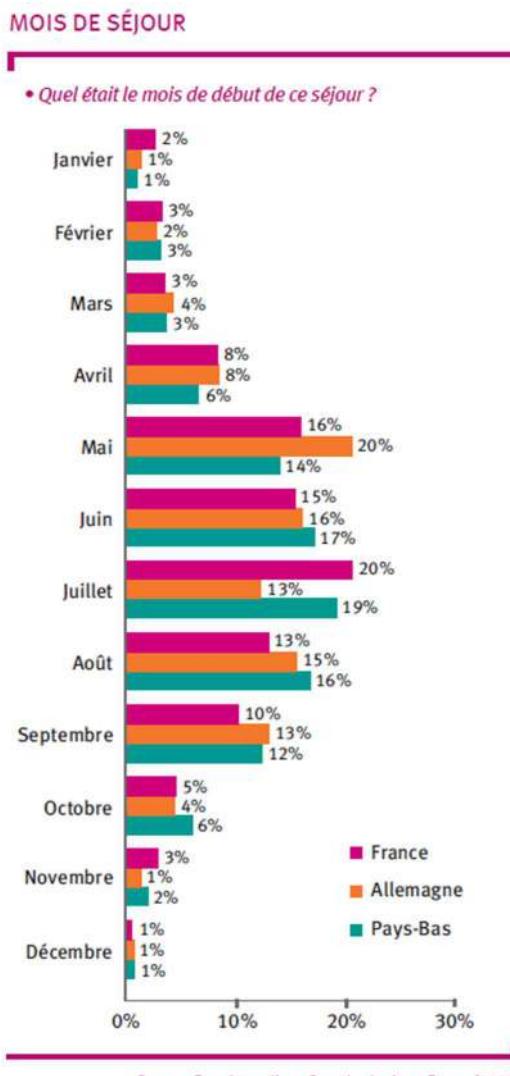
Figure 37 : Répartition par espace des séjours en France¹⁰⁵



¹⁰⁵ Atout France, 2019, *Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais*, Paris.

3.2 La randonnée une pratique saisonnière impactée par le changement climatique

Figure 38 : Réparation des séjours avec randonnée dans l'année¹⁰⁶



Source : Enquête en ligne Questback - Atout France [2017]

Les randonneurs privilégient les mois d'avril à septembre, lorsque les conditions climatiques sont plus clémentes. En revanche, la fréquentation diminue nettement entre novembre et mars, période souvent marquée par le froid et des conditions moins favorables.

Les randonneurs Français et les Néerlandais préfèrent le mois de juillet tandis que les Allemands choisissent le mois de mai. La période juillet/août représente 28 % des séjours avec randonnée sur le marché allemand, 34 % sur le marché français et 35 % sur le marché néerlandais (Atout France 2019c, p. 97).

Avec le changement climatique, l'accès à certains espaces forestiers peut être interdit en période estivale en raison des risques d'incendie liés à la sécheresse, limitant ainsi la pratique de la randonnée. La pratique de la randonnée par

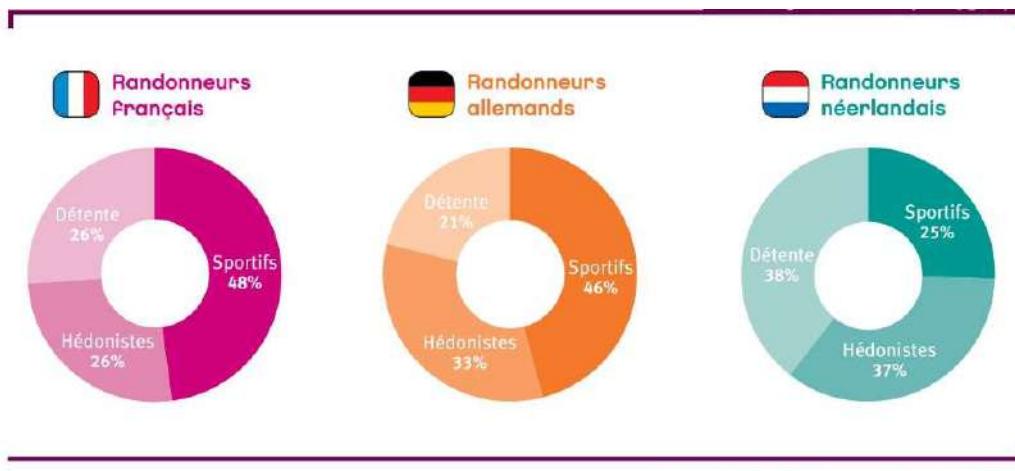
forte chaleur présente des risques pour la santé : insolation, fatigue excessive, déshydratation, coup de chaleur...). La Fédération française de la randonnée pédestre recommande d'annuler sa randonnée à partir d'une température extérieure à l'ombre de 27 - 30°C (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2021; Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2025a).

¹⁰⁶ Atout France, 2019, *Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais*, Paris.

3.3 Des profils de randonneurs selon l'intensité de la pratique

L'étude d'Atout France s'est focalisée sur trois marchés : la France, l'Allemagne et les Pays-Bas, réputés pour l'intérêt marqué de leurs clientèles respectives pour le tourisme de pleine nature (Atout France 2019b). L'étude a permis d'établir 3 profils de randonneurs selon l'intensité de la pratique : détente, hédonistes, sportifs.

Figure 39 : Répartition des randonneurs par marché¹⁰⁷



Source : Enquête en ligne Questback - Atout France [2017]

Pour les marchés français et allemands, les randonneurs sportifs représentent près de la moitié des randonneurs. Le marché néerlandais se démarque par une pratique moins intensive de la randonnée (Atout France 2019c, p. 67).

3.3.1 Les randonneurs sportifs, des itinérants

Les randonneurs sportifs se caractérisent par une pratique intense et régulière. Ils randonnent 5 heures et parcourent 15 kilomètres par jour en moyenne. Par rapport à la moyenne des randonneurs, ils réalisent des randonnées plus difficiles en termes de dénivelé, plus longues en nombre d'heures et de kilomètres, le plus souvent en itinérance. Ils voyagent en couple (48 % des randonneurs sportifs), entre amis (25 %) et en famille (21 %). La montagne est l'espace privilégié par ces randonneurs, notamment ceux qui recherchent des parcours intenses. Les courts séjours (inférieurs ou égal à 7 nuits) représentent la moitié des séjours réalisés par les randonneurs sportifs. Ils préfèrent

¹⁰⁷ Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

pique-niquer le midi et manger au restaurant le soir (en lien avec la part de randonneurs itinérants). Les modes d'hébergement varient selon les marchés, l'hôtel étant l'hébergement préféré des Français et des Néerlandais (*Ibid.*, p. 101-103, 110).

Figure 40 : Choix des hébergements par marché pour les randonneurs sportifs¹⁰⁸



3.3.2 *Les randonneurs hédonistes, un faible pour les randonnées faciles*

Les randonneurs dits hédonistes randonnent en moyenne 2h30 et parcourent 10 kilomètres en moyenne chaque jour. Par rapport à la moyenne des randonneurs, les randonnées réalisées n'ont pas de dénivelé ou un dénivelé facile, sont plus courtes que celles des Sportifs en nombre d'heures et en km. La part de randonnées en itinérance diminue. Ils randoennt en couple (49 % des randonneurs hédonistes) et entre amis (28 %). Ils privilégiennent la montagne, mais la répartition des espaces tend à un certain équilibre entre les espaces. On note une prédominance de séjours de 7 nuits maximum, avec pour les marchés français et allemands une surreprésentation des séjours 1 à 3 nuits. La part des pique-niques pour le déjeuner est plus faible, au profit du restaurant. La part du restaurant le soir est moins élevée que pour les Sportifs, mais reste majoritaire, en particulier pour les Allemands et les Néerlandais. Les modes d'hébergement varient selon les marchés,

¹⁰⁸ Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

cependant sur l'ensemble des trois marchés, l'hôtel est l'hébergement le plus représenté (*Ibid.*).

Figure 41 : Choix des hébergements par marché pour les randonneurs hédonistes ¹⁰⁹



3.3.3 Les randonneurs en détente, sur le littoral

Les randonneurs dits détente randonnent 2 heures et parcourent 9 kilomètres en moyenne, un jour sur deux, sur trois...

Ils ont une appétence pour les randonnées en étoile, avec un dénivelé facile, voire aucun. Ils séjournent en famille (38 % des randonneurs détente) et en couple (48 %). Ils privilégiennent le littoral et des séjours supérieurs à 7 jours. Les pique-niques restent sous représentés par rapport à la moyenne des randonneurs. La part de restaurant le soir est basse. Pour l'hébergement, la location est le premier choix des randonneurs français et le deuxième choix, après l'hôtel, des randonneurs allemands et néerlandais : (*Ibid.*)

¹⁰⁹ Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

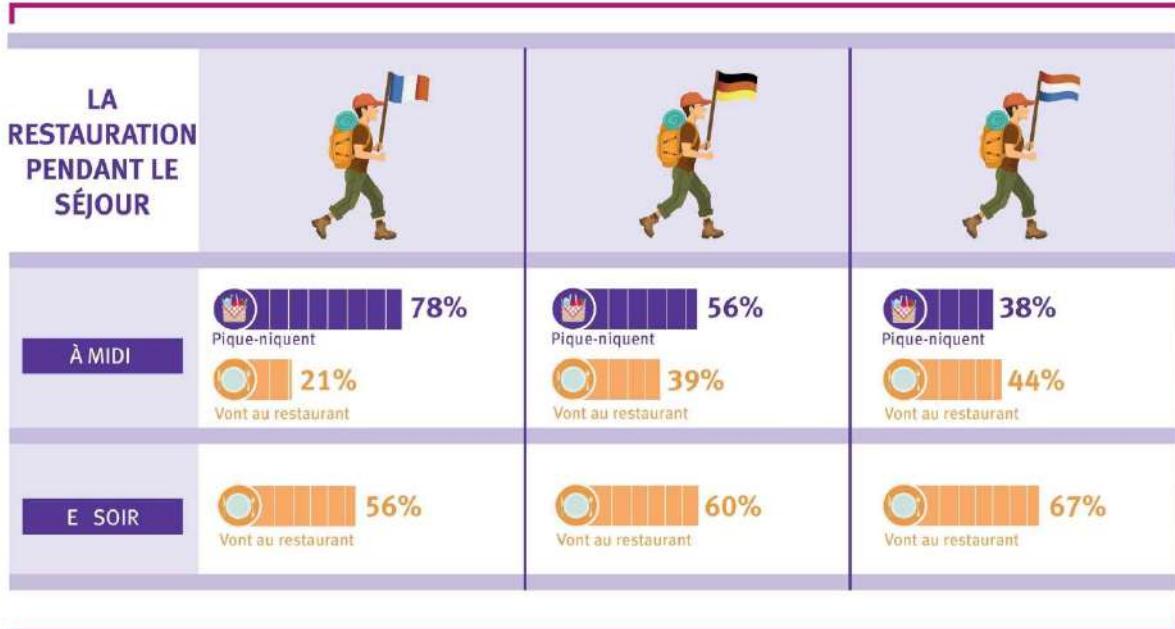
Figure 42 : Choix des hébergements par marché pour les randonneurs détente¹¹⁰



3.3.4 La restauration des randonneurs

Figure 43 : Le mode de restauration des randonneurs durant le séjour¹¹¹

LA RESTAURATION DURANT LE SÉJOUR



Source : Enquête en ligne Questback - Atout France (2017)

Le midi, 78 % des randonneurs français choisissent le pique-nique contre seulement 56 % des randonneurs allemands et 38 % des Néerlandais. Le soir, le restaurant domine sur les

¹¹⁰ Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

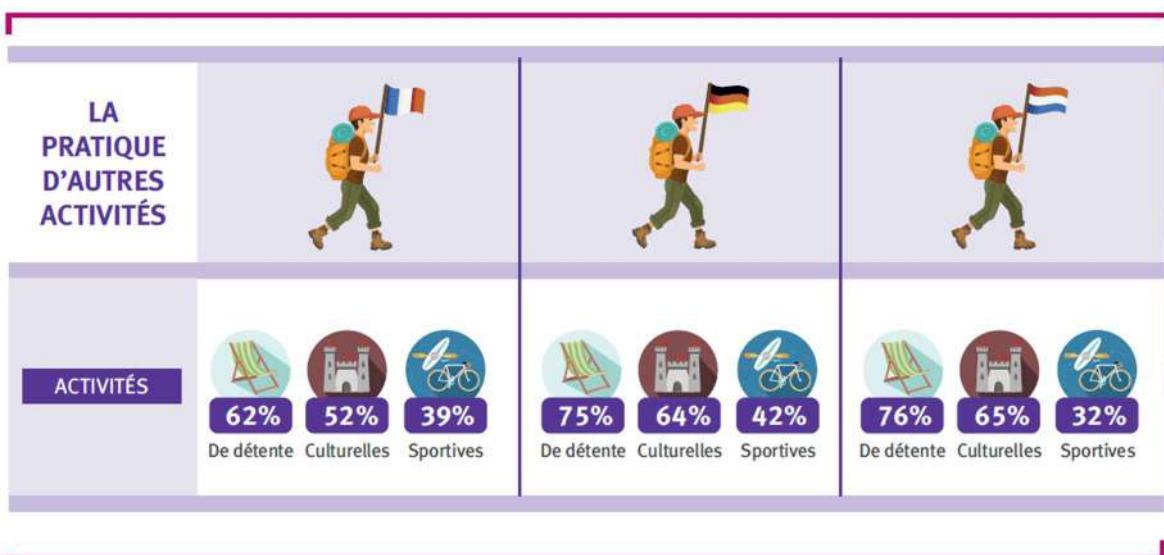
¹¹¹ Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

trois marchés avec des scores plus élevés pour les randonneurs allemands et néerlandais (*Ibid.*, p. 108).

3.3.5 Quelles activités sont pratiquées par les randonneurs au cours de leur séjour ?

Les randonneurs pratiquent de manière générale des activités de détente, principalement la baignade, pour les 3 marchés. Les Allemands et Néerlandais font également du shopping. Les Français partent à la découverte du terroir (visites de caves...). Les visites de villages et de monuments sont les activités culturelles les plus citées. La pratique d'autres activités sportives est moins importante, le vélo et le VTT essentiellement (*Ibid.*).

Figure 44 : La pratique d'autres activités par marché¹¹²



Source : Enquête en ligne Questback - Atout France [2017]

3.4 Les motivations et besoins des randonneurs

3.4.1 Motivations : une recherche de contact avec la nature, de ses plaisirs et de ses bienfaits !

Pour les trois marchés, français, allemands et néerlandais, les motivations des randonneurs peuvent être classées en quatre catégories :

¹¹² Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

- Besoin de contact avec la nature et de rupture avec le quotidien de citadin. Les randonneurs sont à la recherche des bienfaits de la nature : calme, détente, beauté des paysages, découverte de la faune et de la flore, dépaysement...
- Partager un moment en famille, en couple ou entre amis. Les randonneurs recherchent ici le plaisir partagé et la convivialité.
- Découverte et visites de sites culturels, de la faune et de la flore, des habitants, mais également de la gastronomie.
- Recherche de bien-être, de santé physique et psychologique. Pour les séniors, la randonnée permet de rester en forme. Pour les jeunes, elle permet de se dépasser (*Ibid.*, p. 74-75).

3.4.2 Les attentes des randonneurs : une meilleure structuration de l'offre

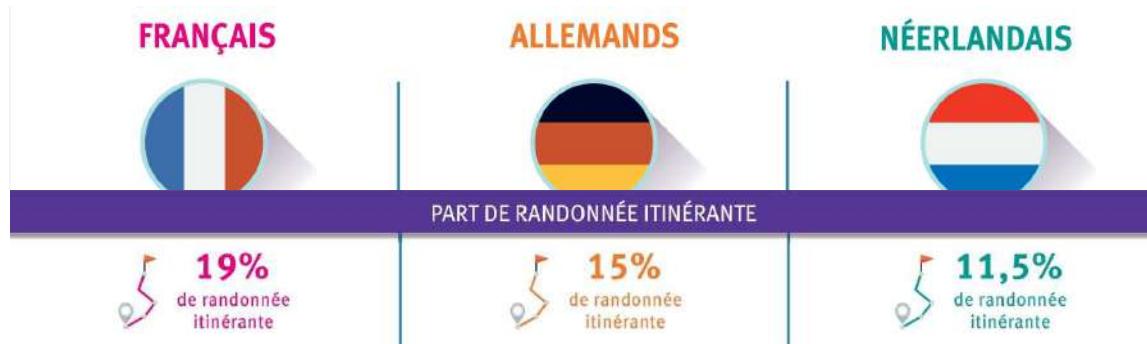
Les randonneurs ont exprimé certaines attentes. Ils souhaitent bénéficier d'informations pour une meilleure découverte de l'itinéraire (panneaux d'informations, points d'intérêts...). Ils ont formulé un besoin en termes de services tels que des toilettes, des lieux de restauration au départ, paniers pique-nique, prêt de matériel (bâtons, lampes...). Les randonneurs cherchent également des éléments pouvant rendre leur expérience plus mémorable et intense (exemple : boîte en haut d'un sommet où le randonneur laisse son adresse pour obtenir un certificat attestant son ascension). Les randonneurs itinérants souhaitent un service facilitant la réservation des hébergements. Tous cherchent le confort et un accueil de qualité dans les hébergements, ils apprécient les gestes d'accueils (produits locaux). Ils souhaitent également découvrir le terroir local, aller à la rencontre des agriculteurs, des éleveurs et profiter de la gastronomie locale (*Ibid.*, p. 125-126).

4. Que retenir sur les randonneurs itinérants ?

Les Français se distinguent par une pratique plus régulière de la randonnée, plus exigeante et souvent en itinérance. 19% des randonneurs français pratiquent l'itinérance, ils sont plus nombreux que les Allemands (15 %) et que les Néerlandais (11,5 %). La segmentation est basée sur l'intensité de la pratique. Ainsi, parmi les randonneurs sportifs qui pratiquent des

randonnées plus longues, plus exigeantes, on note une part de randonnée en itinérance plus significative. Le pique-nique est privilégié pour le déjeuner (*Ibid.*, p. 111; 133).

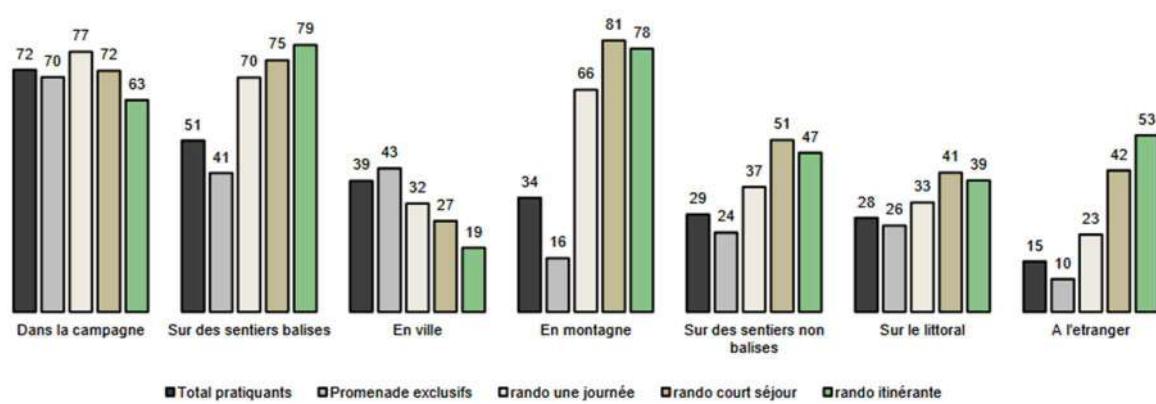
Figure 45 : Part de randonneurs en itinérance par marché en 2017¹¹³



Les données ci-dessous sont anciennes, issues d'une étude de 2009 ou 2014 et des changements ont pu s'opérer depuis.

La montagne constitue le lieu de prédilection pour plus de 78 % des randonneurs itinérants et ils pratiquent essentiellement sur des sentiers balisés (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2014).

Figure 46 : Lieux de pratiques de la randonnée pédestre en 2014¹¹⁴



Les séjours en itinérance s'effectuent sur une durée moyenne de 3 à 5 jours dans 42 % des cas. Pour les 50-64 ans, les séjours sont en moyenne plus long et durent jusqu'à 14 jours

¹¹³ Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

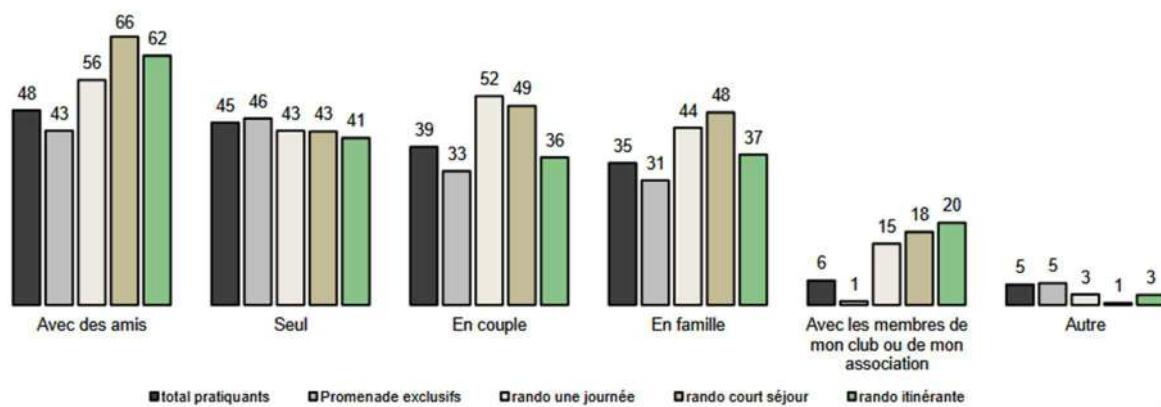
¹¹⁴ Fédération Française de la Randonnée Pédestre, 2014, Etat des lieux de la randonnée pédestre en France, <https://www.ffrandonnee.fr/Media/Default/Images/anciennes-actualites/RdvsActus/files/national/Actus/enquete-rando-FFRandonnee-sportlabgroup-version-public-2014.pdf>, 10 avril 2014, consulté le 19 août 2025.

(26 %). Les plus jeunes sont contraints par leurs obligations professionnelles et familiales et privilégident des séjours plus restreints (3-5 jours) (Fédération Française de la Randonnée Pédestre et al. 2010).

Les séjours itinérants sont dans 61 % des cas pratiqués uniquement pendant les vacances et dans 30 % des cas pratiqué moins de 3 fois par mois. Les randonneurs itinérants sont majoritairement des hommes (67 %). Les jeunes sont les moins représentés parmi les randonneurs itinérants : seuls 5 % ont entre 15 et 24 ans, contre 56 % pour les 25-49 ans. 39 % des randonneurs en itinérances ont 50 ans ou plus. Les catégories socio-professionnelles les plus représentées parmi les randonneurs en itinérance sont aisées (36 %), retraités ou inactifs (37 %). Les ouvriers et employés représentent 9 % des itinérants et les catégories moyennes 18 %.

Les randonneurs en itinérance pratiquent la randonnée entre amis (62 %) ou seuls (41 %) selon une étude de 2014 (Fédération Française de la Randonnée Pédestre 2014).

Figure 47 : Comportements de la pratique de la randonnée pédestre en 2014¹¹⁵



Dans 64 % des cas les randonneurs préparent en autonomie leurs séjours en sélectionnant des portions d'itinéraires. 25 % improvisent une fois sur place. Pour les supports d'orientation, la carte prédomine à 78 % pour une itinérance en montagne avant le topoguide (76 %) et internet (78 %) (Fédération Française de la Randonnée Pédestre et al. 2010).

¹¹⁵ Fédération Française de la Randonnée Pédestre, 2014, Etat des lieux de la randonnée pédestre en France, <https://www.ffrandonnee.fr/Media/Default/Images/anciennes-actualites/RdvsActus/files/national/Actus/enquete-rando-FFRandonnee-sportlabgroup-version-public-2014.pdf>, 10 avril 2014, consulté le 19 août 2025.

La randonnée pédestre se décline 3 formes de pratiques variables selon la durée de la marche : l'itinérance, la randonnée ou la promenade. De nombreux acteurs interviennent autour de cette activité pour développer et structurer l'offre de produits et services liés à la randonnée, ce qui peut parfois avoir des effets négatifs. La randonnée est une activité en plein essor depuis 20 ans. Il s'agit également de l'activité sportive préférée des Français en vacances. Selon l'étude menée par Atout France, les Français sont les plus nombreux, suivis par les Allemands puis les Néerlandais, à pratiquer de la randonnée itinérante.

Conclusion de la partie 1

Dans cette partie, nous avons réalisé une revue de littérature afin de définir les différents termes, notions et concepts de notre question de départ : **comment articuler l'agritourisme et l'itinérance au service du développement touristique d'un territoire de montagne ?**

Dans un premier temps, cette étude nous a permis d'acquérir des connaissances sur la montagne. Les atouts de cet espace pour le tourisme se sont révélés être nombreux : relief, faune, flore, diversité d'activités économiques, patrimoine... Un focus a été réalisé sur les activités touristiques et leurs impacts négatifs d'un point de vue environnemental. Les mesures principales de protection de l'espace montagnard ont également été présentées en détail.

L'agritourisme combine tourisme et agriculture. Nous avons vu que la montagne est un territoire particulièrement adapté à cette activité. Dans cette partie, nous avons aussi étudié le lien entre les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) et l'agritourisme. Nous avons constaté que les SIQO contribuent également à développer l'offre agritouristique.

Cette partie a présenté la randonnée et son marché en plein essor. L'étude du marché de la randonnée s'est principalement faite à partir de l'étude menée par Atout France. Il s'agissait de l'étude la plus complète et la plus récente sur le sujet. Elle a établi 3 profils de randonneurs variant selon l'intensité de pratique. Les randonneurs itinérants représentent 19 % des randonneurs Français. Nous avons également pu constater la grande diversité d'acteurs qui gravitent autour de l'offre de produits et services liés à la randonnée.

Cette analyse et les missions de stage qui nous ont été confiées au sein du Parc naturel régional des Grands Causses ont permis de guider notre réflexion autour de la problématique suivante : **Comment l'agritourisme peut-il être développé de manière innovante pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance sur le GR®736 Gorges et Vallée du Tarn ?** À partir de la problématique précédente, nous avons émis 3 hypothèses qui devront être testées sur le terrain d'étude :

- La nécessité d'un accompagnement sur le long terme des projets agritouristiques à travers notamment des actions de mise en réseau ;
- Le développement de services agritouristiques, tels que des hébergements à la ferme et des offres de restauration pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance ;
- Renforcer ou mettre en place des stratégies de communication pour une meilleure visibilité de l'offre agritouristique le long du GR®736.

Partie 2 : Présentation du Parc
naturel régional des Grands Causses et
des missions confiées

Introduction de la partie 2

Afin de répondre à notre problématique, nos hypothèses doivent être testées sur un terrain d'étude. Au sein du Parc naturel régional des Grands Causses, le GR®736 semble être un territoire propice à la vérification de nos hypothèses. En effet, le Parc, en collaboration avec l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron, a engagé une réflexion visant à associer l'agritourisme et l'itinérance. L'objectif est de valoriser les productions locales tout en générant des revenus complémentaires pour les agriculteurs.

Le premier chapitre s'attachera à présenter le Parc naturel régional des Grands Causses : l'histoire de la structure, son fonctionnement et ses missions. Il identifiera le lien entre le Parc et l'agritourisme.

Le second chapitre sera consacré à la présentation du terrain d'étude : la partie du GR®736 situé dans le département de l'Aveyron. Nous évoquerons les caractéristiques paysagères, l'héritage agricole et la fréquentation touristique du territoire. Ce chapitre comprendra également la présentation des missions de stages confiées au sein du Parc des Grands Causses leur contexte et les objectifs attendus. Les missions portent sur le développement de l'offre agritouristique le long du GR®736 et la marque Valeurs Parc Naturel Régional.

Enfin, le dernier chapitre présentera le premier livrable de la mission dédiée à l'agritourisme : un état des lieux du territoire, centré sur l'agriculture et l'offre agritouristique le long du GR®736. Il vise à fournir une compréhension fine des dynamiques locales, en s'appuyant sur des données quantitatives issues de diverses études existantes.

Chapitre 1 : Le Parc naturel régional un territoire d'exception

Ce chapitre présentera, le Parc naturel régional des Grands Causses, structure dans laquelle le stage a été effectué. Cette partie permettra de comprendre les raisons de sa création, ses missions, son fonctionnement ainsi que ses réflexions en lien avec l'agritourisme.

1. Situation géographique

Le Parc naturel régional des Grands Causses se situe en Occitanie, au sud du Massif central, en zone montagne au sens de l'agriculture et de l'urbanisme (cf. Trois délimitations pour la montagne p 13). Il couvre le sud du département de l'Aveyron et le nord de l'Hérault. Son siège social est à Millau. Le Parc s'étend sur une superficie de 380 715 hectares ce qui en fait le 3^e plus grand Parc naturel régional de France derrière les Parcs naturels régionaux de Corse et des Volcans d'Auvergne. Il est bordé par le Parc national des Cévennes à l'est, le Parc naturel régional de l'Aubrac au nord et le Parc naturel régional du Haut-Languedoc au sud (cf. Figure 49 : Carte du territoire du Parc naturel régional des Grands Causses, p 99) (Comité syndical du Parc naturel régional des Grands Causses 2023; Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) 2025a; Parc naturel régional des Grands Causses et Richard André 2005, p. 10). En 2024, le Parc comptait 86 115 habitants (Parc Naturel Régional des Grands Causses 2024).

2. Structure juridique et missions du Parc des Grands Causses

Le Parc naturel régional des Grands Causses est géré par un syndicat mixte ouvert restreint : Syndicat mixte d'aménagement et de gestion du Parc naturel régional des Grands Causses. C'est un établissement public à caractère administratif. Actuellement, le Syndicat se compose de 119 communes (93 en Aveyron et 26 dans l'Hérault), de 7 groupements de communes, de 2 départements (Aveyron et Hérault) et de la Région Occitanie (cf. Figure 49 : Carte du territoire du Parc naturel régional des Grands Causses, p 99). Il est financé par les cotisations statutaires versées au Parc notamment par l'état, les régions, les départements, les communes et établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), faisant partie du périmètre du Parc (cf. 4.2.4 Le financement d'un Parc Naturel Régional, p 40) (cf. Annexe L, p 235).

Les missions du Parc naturel régional des Grands Causses sont en lien avec articles les L. 333-1 et suivants et R. 333-1 et suivants du Code de l'Environnement (cf. Missions Parc Naturel Régional, p 35). Le Parc met en œuvre les orientations de la Charte et veille au respect des engagements pris par ses signataires. Les statuts du Parc précisent les missions suivantes :

Figure 48 : Missions du Parc des Grands Causses figurants dans les statuts¹¹⁶

- Il assure la cohérence et la coordination des actions de protection, de mise en valeur, de gestion, d'animation et de développement menées par ses partenaires (articles L.333.1 et R.333-13, R.333-14, R.333-15 du Code de l'Environnement) ;
- Il émet, conformément à l'article L.333-1 du Code de l'Environnement, des avis sur les documents de planification, d'aménagement de l'espace et de gestion des ressources naturelles lors de leur élaboration ;
- Il formule des avis sur les aménagements, ouvrages ou travaux envisagés qui sont soumis à l'article R244-15 du Code de l'Environnement ;
- Il gère la marque collective « Valeurs Parc naturel régional » (article R.333-16 du Code de l'Environnement) et le règlement général d'utilisation de la marque ;
- Il conduit, en application de l'article L.333-1 du Code de l'Environnement, la révision de la Charte du Parc naturel régional.

Le Syndicat mixte a également d'autres missions. Il bénéficie d'un transfert de compétences de la part des collectivités membres du Syndicat mixte ou d'Établissements publics de coopération intercommunale concernés par le Parc. Dans ce cadre, le Parc a reçu les compétences pour :

- élaborer, gérer et réviser le Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) ;
- élaborer, gérer et réviser le Plan Climat Air Energie Territorial (PCAET) ;
- assurer les missions obligatoires relevant du Service Public Collectif (SPANC). (Comité syndical du Parc naturel régional des Grands Causses 2023).

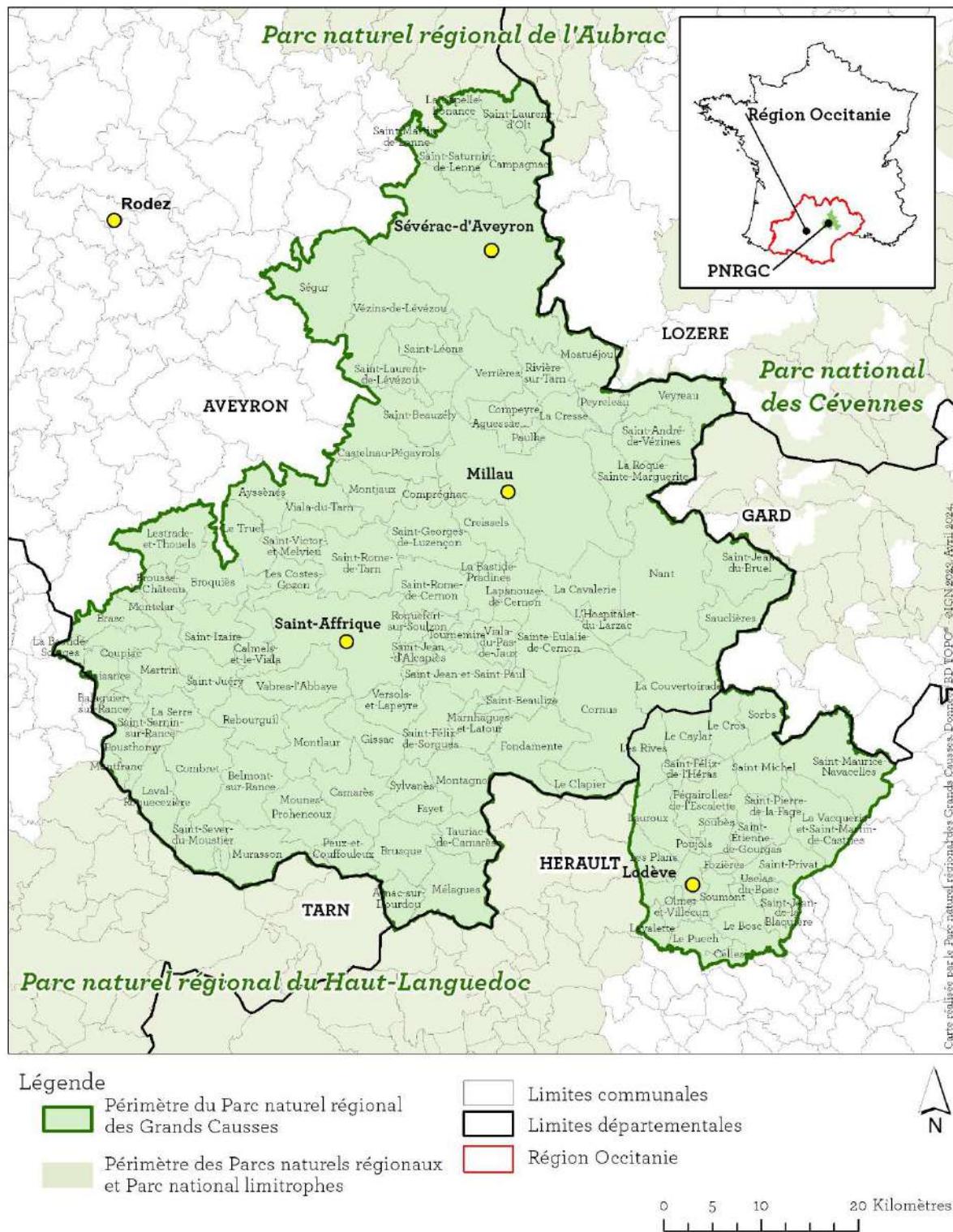
¹¹⁶ Comité syndical du Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2023, « STATUTS DU SYNDICAT MIXTE D'AMÉNAGEMENT ET DE GESTION DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES validés au Comité syndical du 24/11/2023 validés au Comité syndical du 24/11/2023 ».

Figure 49 : Carte du territoire du Parc naturel régional des Grands Causses¹¹⁷



Territoire du Parc naturel régional des Grands Causses

Avril 2024



3. L'histoire d'un parc qui fête ses 30 ans

3.1.1 « Les causses valent bien un parc »¹¹⁸

L'appellation « Grands Causses » a été inventée par Paul Marre (1893-1974). En 1935, il publie une thèse de Géographie humaine consacrée à ces lieux, dans laquelle figure le terme de « Grands Causses » (Pierre-Marie Terral 2015, p. 16). Les Grands Causses sont au nombre de 4 : le Causse Méjean, le Causse Noir, le Causse du Larzac et le Causse de Sauveterre. (Parc naturel régional des Grands Causses et Richard André 2005, p. 12)

Les Causses peuvent être définis comme des plateaux calcaires arides, situés au centre et au sud-ouest de la France, et traversés par des gorges. Les plateaux sont situés à une altitude variable entre 800 et 1100 mètres d'altitude. Les causses sont l'un des plus grands ensembles de pelouses sèches de France. L'élevage ovin est prédominant^{119 120}.

C'est en 1970, à la suite de la création du Parc national des Cévennes englobant le causse Méjan, que Pierre Got co-fondateur de l'Alpina de Millau, une association dédiée aux sports de pleine nature, eut, l'idée de créer un parc. « *La création d'un Parc naturel régional englobant les causses et le Larzac ne serait-elle pas la garantie de préservation de cet ensemble unique* » (Pierre-Marie Terral 2015, p. 20).

La population et les élus, unis par leur profond attachement aux Grands Causses et à ses traditions, étaient déterminés à se rassembler au sein d'une structure de concertation pour :

- maintenir une qualité de vie en protégeant et valorisant les richesses remarquables du patrimoine naturel et culturel des Grands Causses ;
- veiller à la cohérence des stratégies d'aménagement et de développement dans un esprit de respect de l'environnement ;

¹¹⁸ Pierre Douzou, membre de l'académie des Sciences, Association de préfiguration du Parc naturel régional des Grands Causses, 1994, *Projet du Parc naturel régional des Grands Causses: projet de charte, septembre 1994*, 38 boulevard de l'Ayrolle - Millau, Association de préfiguration du Parc naturel régional des Grands Causses, 201 p.

¹¹⁹ CNRTL, 2012, CAUSSE : Définition de CAUSSE, <https://www.cnrtl.fr/definition/causse> , 2012, consulté le 2 mars 2025.

¹²⁰ Parc Naturel Régional des Grands Causses, s.d, « Les dossiers du parc - Les Causses des plateaux arides ».

- engager des dynamiques nouvelles qui s'appuient sur les critères identitaires des Grands Causses.

Ils ont alors entrepris une réflexion autour de la création d'un Parc naturel régional des Grands Causses. En 1988, l'association pour la création du Parc naturel régional des Grands Causses a permis de concrétiser cette volonté. Un comité de pilotage et des commissions de travail chargées de la conduite du projet du dossier sont constitués en 1991 en associant : les communes du territoire, le département de l'Aveyron, la région Midi-Pyrénées, les chambres consulaires, les associations et les services de l'État. En 1992, l'association de préfiguration du Parc naturel régional des Grands Causses est créée réunissant les partenaires du parc. Après quelques années de travail, le projet de charte du Parc naturel régional des Grands Causses est rédigé et édité en septembre 1994. (Association de préfiguration du Parc naturel régional des Grands Causses 1994a, p. 5).

Le 6 mai 1995, le Parc naturel régional des Grands Causses a été classé pour la première fois par décret du Premier ministre Edouard Balladur et du ministre de l'Environnement Michel Barnier (Légifrance 1995b). Le classement est successivement renouvelé. Le 10 avril 2024, le Parc est à nouveau classé pour 15 ans (Légifrance 2024) et son périmètre est étendu à l'Hérault, intégrant 26 communes du Lodévois Larzac. Ce 6 mai 2025, le Parc a fêté ses 30 ans.

Le Parc des Grands Causses est le 28^e Parc naturel régional de France, ex aequo avec celui de la Chartreuse. Il s'agit du deuxième parc de la région Occitanie, après celui du Haut-Languedoc (Parc naturel régional des Grands Causses 2024b, p. 17; Pierre-Marie Terral 2015, p. 22).

3.1.2 Développer l'agritourisme une volonté inscrite dans la charte dès les débuts du Parc

Depuis ses débuts, le Parc porte une attention particulière à l'agritourisme. Dans le projet de charte de 1994, parmi les mesures générales envisagées pour la mise en œuvre d'un projet d'aménagement et de développement, figure une partie consacrée à l'agritourisme.

Figure 50 : Extrait projet de charte 1995¹²¹

18.2 : DES OPPORTUNITES A SAISIR

18.2.1. : L'AGROTOURISME :

De plus en plus, les touristes ont besoin de donner du sens à leurs vacances. Le tourisme en milieu rural peut répondre à cette attente si les habitants des lieux visités jouent le jeu. Les agriculteurs, gestionnaires de ces espaces sont les acteurs privilégiés pour ce rôle.

Des actions sont menées en collaboration avec les partenaires du parc en cohérence avec les options départementales pour :

- l'information et le conseil sur l'agrotourisme,
- la sensibilisation à la qualité et à l'authenticité des prestations offertes,
- la mise en valeur du monde agricole (visite de ferme, découverte des pratiques agricoles...),
- la création de nouveaux produits spécifiques au parc,
- la mise en réseau de ces activités.

Témoin d'une activité traditionnelle, le patrimoine bâti agricole ne correspond plus aux besoins économiques actuels.

Le parc soutient, au sein d'un groupe de travail regroupant ses partenaires, les projets de reconversion de ce patrimoine emblématique.

La charte de 2007-2019 inclut de nouveaux objectifs en matière d'agritourisme.

Figure 51 : Extrait charte 2007¹²²

Article 6.2.2 Conforter l'économie agricole

■ Développement et diversification des filières

75% de l'économie agricole du Parc est assurée par la filière ovin-lait et l'A.O.C. Roquefort. A côté de cette filière principale, l'objectif est :

- d'accompagner les productions végétales de vallées type arboriculture, viticulture...,
- de soutenir la production forestière, filière amont et aval, à travers la Charte forestière de territoire du Parc (voir article 6.1.1),
- de développer l'agrotourisme qui revêt un rôle important pour le territoire au regard de la restauration du bâti traditionnel, de la répartition spatiale des équipements d'accueil, de l'éducation à l'environnement et au patrimoine auprès des visiteurs et de son intégration dans la politique touristique du Parc,
- de promouvoir les variétés anciennes et/ou locales, les races rustiques.

Le Parc s'engage à apporter aux organismes professionnels son appui technique, sa capacité de mobilisation de moyens spécifiques orientés sur les filières de qualité (agriculture biologique, A.O.C.. labels...).

Enfin dans la charte 2024-2039 du Parc, figurent toujours des actions en matière d'agritourisme

¹²¹ Association de préfiguration du Parc naturel régional des Grands Causses, 1994, Projet du Parc naturel régional des Grands Causses: projet de charte, septembre 1994, 38 boulevard de l'Ayrolle - Millau, 201 p.

¹²² Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2007, « Charte Agenda 21 - Objectif 2019- Projet définitif ».

TISSER DES LIENS AVEC LE MILIEU ÉCONOMIQUE POUR UNE MEILLEURE CONNAISSANCE DES PRODUITS EMBLÉMATIQUES LOCAUX

La valorisation des productions locales, et plus spécialement celles qui contribuent à l'identité agricole et gastronomique du territoire, nécessite une plus grande présence de ces produits alimentaires au sein des commerces, mais aussi des hébergements touristiques par le biais d'un circuit court d'approvisionnement. Il importe aussi d'augmenter la visibilité de ces productions, sur le terrain (agritourisme, visites de fermes...) comme sur les supports de communication numérique.

Figure 52 : Extrait charte 2024-2039¹²³

- ◆ S'appuyer sur la reconnaissance par l'Unesco des pratiques agricoles spécifiques du territoire
- ◆ Développer les liens entre producteurs, hébergeurs touristiques et touristes avec notamment la mise en place de paniers de produits locaux dans les hébergements touristiques
- ◆ Communiquer via les outils numériques touristiques
- ◆ Développer la vente de produits du terroir dans les commerces
- ◆ Accompagner le développement de produits innovants à base de productions locales
- ◆ Développer des projets d'agritourisme
- ◆ Valoriser la visibilité du réseau de fermes ouvertes telle l'association « Visiter autrement »

3.1.3 Un logotype qui illustre la tradition pastorale du territoire

Figure 53 : Logotype institutionnel du PNR des Grands Causses



Le logotype d'un Parc naturel régional est toujours constitué d'une forme ovale et de l'étoile, symbolisant l'ouverture. Ils réunissent l'ensemble des parcs autour d'une même identité. Le logotype est également constitué d'un symbole du territoire unique à chaque parc et de son appellation. Le logotype de chaque parc est déposé à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), propriété du ministère en charge de l'Environnement (Parcs

¹²³ Parc naturel régional des Grands Causses, 2024, « Charte 2024-2039 ».

naturels régionaux de France 2013). Le logotype du Parc naturel régional des Grands Causses a été déposé à l'INPI le 27 mars 1996 (Data INPI 2025a). Le choix de ce logotype a été défini en accord avec l'ensemble des partenaires locaux. Il symbolise la tradition pastorale du berger menant ses brebis. Il évoque les paysages typiques du territoire, les Causses, la vie traditionnelle, la volonté toujours actuelle de guider et de mener à bien toute action entreprise. Cette symbolique fait intervenir l'homme en acteur principal. Il s'agit du premier logotype de Parc naturel régional à mettre en valeur un être humain (Association de préfiguration du Parc naturel régional des Grands Causses 1994a, p. 131; Pierre-Marie Terral 2015, p. 25-26).

4. Organisation et fonctionnement du Parc

4.1 Un parc structuré en 4 pôles

En 1994, l'organigramme prévisionnel du Parc, présenté dans le projet de charte, comptait une équipe de 17 personnes (Association de préfiguration du Parc naturel régional des Grands Causses 1994b, p. 57). Aujourd'hui, le Parc dispose d'une équipe de 44 personnes, réparties au sein de 4 grands pôles : Ressources naturelles et biodiversité ; Secrétariat général et logistique ; Aménagement, paysage et évaluation ; et enfin développement territorial.

Les missions réalisées dans le cadre du stage dépendent directement de ce dernier pôle, chargé du développement du territoire sur différentes thématiques :

- les politiques contractuelles (soutien aux initiatives du territoire par des aides financières) ;
- le contrat local de santé (actions dans les domaines de la santé et du bien-être : prévention, soins, accompagnement médico-social...) ;
- le projet alimentaire territorial (valoriser une alimentation saine et durable) ;
- l'attractivité et le changement sociétal (accueil des nouveaux arrivants et des visiteurs) ;
- le tourisme durable (gestion des programmes du territoire, accompagnement des porteurs de projets publics et privés) ;

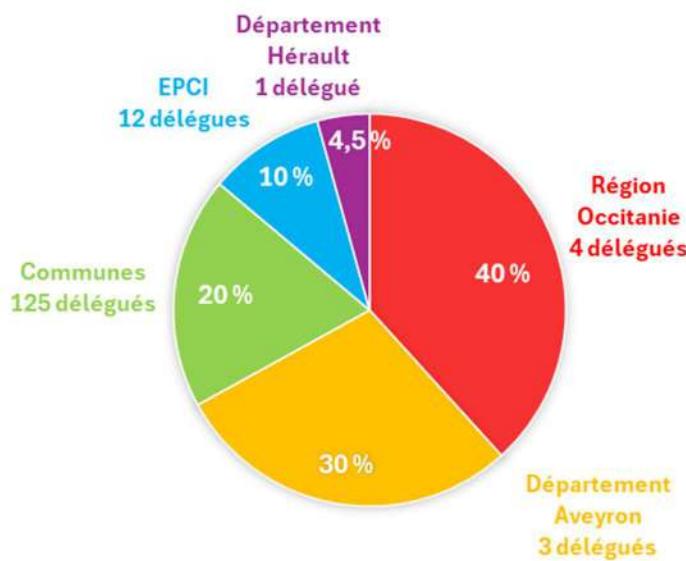
- la randonnée et l'itinérance (accompagnement des collectivités dans leurs projets d'aménagement de sentiers, ainsi que dans l'entretien régulier de ceux-ci) (Parc naturel régional des Grands Causses 2025b; Parc naturel régional des Grands Causses 2020a).

4.2 Les instances de gouvernance : comité syndical et bureau syndical

Conformément au fonctionnement d'un syndicat mixte (Cf. Gouvernance, p 41), le Syndicat mixte du Parc naturel régional des Grands Causses est administré par un comité syndical et un bureau syndical.

- Le comité syndical**
- délibère sur toutes les affaires de la compétence du syndicat mixte :
- vote du budget ;
 - administration des biens ;
 - création des emplois ;
 - approbation du compte administratif ;
 - examen des comptes rendus d'activités ;
 - toutes questions statutaires ;
 - désignation de la commission d'appel d'offres permanente
 - avis sur le bilan annuel des acquisitions et cessions ;
 - mise en place de commissions consultatives.

Figure 54 : Composition et répartition des voix au sein du comité syndical¹²⁴



¹²⁴ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2024, « Annexe Charte 2024-2029 ».

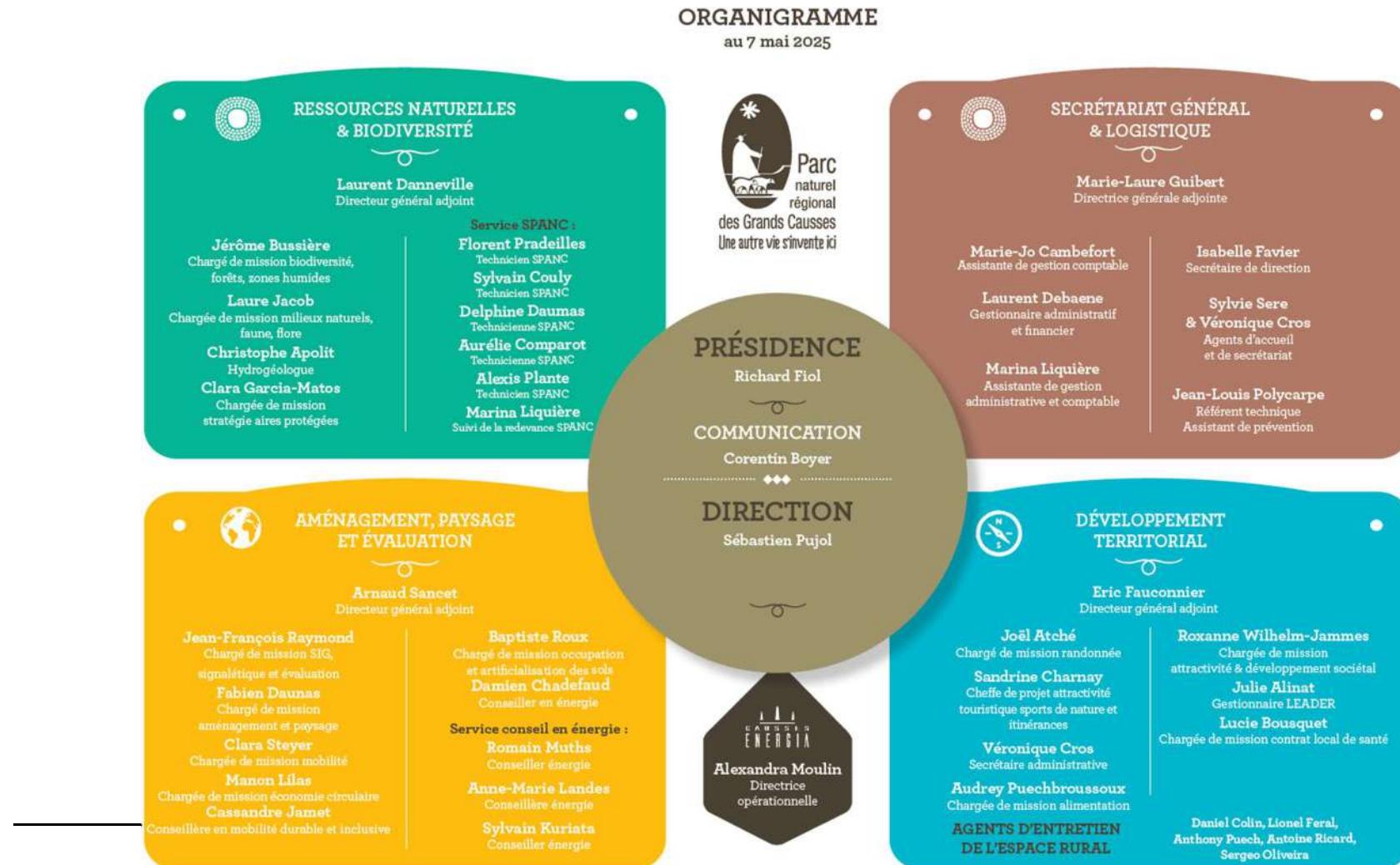
- Le **bureau syndical** délibère sur les affaires de :
- gestion courante du Syndicat mixte ;
 - exercice des attributions déléguées par le Comité syndical ;
 - suivi des actions décidées par le Comité syndical ;
 - délibération sur les projets de missions particulières ;
 - création de groupes de travail pour une mission déterminée.

Le bureau syndical est composé du président, de plusieurs vice-présidents élus, de délégués : 4 pour la région Occitanie, 3 pour le département de l'Aveyron, 1 pour le département de l'Hérault 5 pour les communes et 3 pour les EPCI.

Au sein du comité syndical et du bureau syndical, un délégué correspond à une voix lors des votes (Parc naturel régional des Grands Causses 2024c).

Ce chapitre a permis de présenter le Parc naturel régional des Grands Causses, structure d'accueil du stage. Nous avons présenté ses missions, son histoire et son organisation. Le Parc a, depuis sa création, intégré dans sa Charte des actions en faveur de l'agritourisme. Le prochain chapitre présentera les missions confiées pendant le stage ainsi que le terrain d'étude.

Figure 55 : Organigramme au 7 mai 2025



¹²⁵ Parc naturel régional des Grands Causses, 2025, « Organigramme au 7 mai 2025

Chapitre 2 : Présentation du terrain d'étude et des missions de stage

Ce chapitre a pour objectif de présenter les missions réalisées dans le cadre du stage, leur contexte, les enjeux qui y sont associés ainsi que le terrain d'étude sur lequel elles ont été effectuées.

Le stage s'est articulé autour de deux missions. La première, à l'origine du stage, concernait l'agritourisme. La seconde, liée à la marque Valeurs Parc, s'est ajoutée en cours de stage à partir du mois d'avril.

1. Le territoire du Parc des Grands Causses

Le territoire, les sites touristiques majeurs ainsi que les données touristiques seront présentés dans cette partie. Les données touristiques proviennent de l'observatoire de la Région Occitanie. Le territoire d'analyse des données correspond à l'ancien périmètre du Parc des Grands Causses, c'est-à-dire le périmètre aveyronnais tel qu'il était avant la révision de la charte 2024-2039 et l'extension du Parc aux communes de l'Hérault (cf. Annexe M, p 236).

1.1 Une majorité de visiteurs locaux

Avec 4,1 millions de nuitées touristiques en 2024, le Parc naturel régional des Grands Causses couvre 35 % des nuitées touristiques du département de l'Aveyron (Occitanie Tourisme Observatoire 2024; Aveyron Attractivité et Tourisme 2024b).

La saison estivale concentre près de la moitié des nuitées du Parc naturel régional des Grands Causses en 2024.

Les mois de juillet et d'août sont les mois les plus touristiques avec 17,5 % et 21,4 % des nuitées annuelles. En revanche, les mois de janvier et février représentent 3,5 % des nuitées chacun. Cela peut s'expliquer par l'absence de stations de sports d'hiver (cf. Annexe N, p 237).

Nuitées touristiques par saisons (2024)

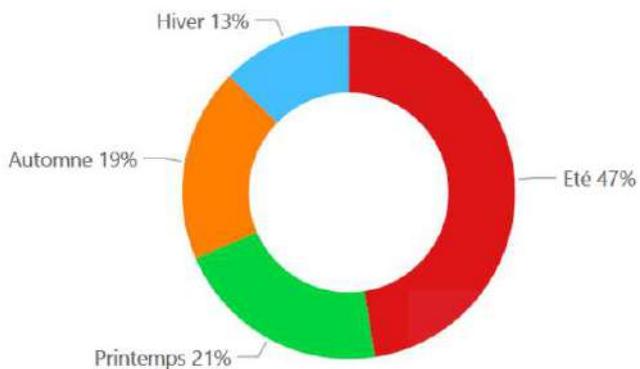


Figure 56 : Nuitées touristiques par saisons en 2024 dans le Parc naturel régional des Grands Causses¹²⁶

Parmi les 73 % de visiteurs français, 46 % sont originaires de la région Occitanie 14 % des visiteurs proviennent de l’Aveyron, ils voyagent à l’intérieur de leur propre département (le 5^e plus grand de France Métropolitaine). 14 % viennent du département de l’Hérault, département limitrophe avec le parc. En résumé, 28 % des visiteurs du Parc sont des visiteurs locaux (cf. Annexe N, p 237).

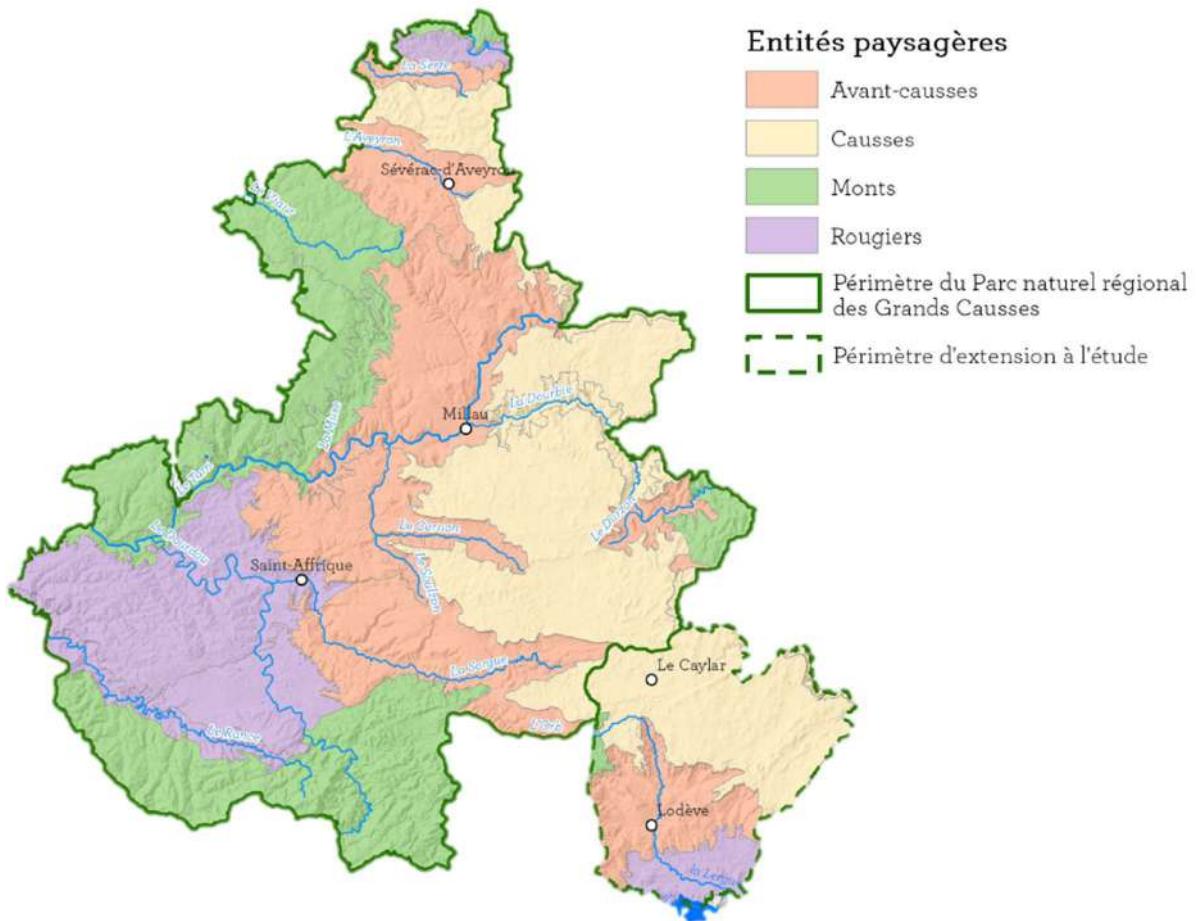
Parmi les 26 % de visiteurs étrangers, 40 % viennent des Pays-Bas, 15 % d’Espagne et 14 % d’Allemagne (Aveyron Attractivité et Tourisme 2024a; Occitanie Tourisme Observatoire 2024).

1.2 33 unités paysagères remarquables façonnées par l’agriculture

Le territoire du Parc des Grands Causses est caractérisé par 33 unités paysagères différentes regroupées en 4 entités paysagères : Les Avant-Causses, Les Causses, Les Rougiers et Les Monts (cf. Annexe O, p 239).

¹²⁶ Occitanie Tourisme Observatoire, 2024, La fréquentation des Parcs - Nuitées touristiques tous modes d’hébergements confondus - Zone observée : Parc naturel régional des Grands Causses du 01/01/2024 au 31/12/2024, <https://outils.crtloccitanie.org/obs-parc>, 2024, consulté le 21 juin 2025.

Figure 57 : Les 4 entités paysagères du Parc des Grands Causses¹²⁷



1.2.1 Les Avants-Causses : fertilité et abondance

Les Avants-Causses (29,4 % du territoire du parc¹²⁸) sont composés de petits plateaux et de plaines légèrement vallonnées qui s'étendent jusqu'aux pieds des Causses. Ils se caractérisent par des haies, bocages et murs en pierre sèche qui délimitent les parcelles. Des buttes-témoins¹²⁹ peuvent apparaître dans le paysage. Les rivières ont creusé des vallées sur ces plateaux. Les avants-causses se caractérisent par des terres fertiles, abondamment irriguées par de nombreuses sources, qui ont attiré l'homme depuis l'Antiquité. Ces territoires sont devenus de vastes zones agricoles, dominées par l'élevage ovin et bovin. Les coteaux, comme dans les vallées du Tarn ou de la Lergue, accueillent

¹²⁷ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2021, Entités paysagères, <https://atlas-paysages.parc-grands-causses.fr/presentation/>, 2021, consulté le 25 février 2025.

¹²⁸ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2020, Entités paysagères - calcul de la surface, 8 avril 2020, consulté le 22 juin 2025.

¹²⁹ Monticules isolés dans le paysage, fruit de l'érosion et des mouvements techniques

l’arboriculture et la viticulture, traditionnellement en terrasses. Riches en patrimoine architectural et vernaculaire, les avants-causses abritent de grands domaines, des granges monastiques et des fermes. Les caselles, ces abris de bergers ou viticoles, ponctuent le paysage. Les effondrements des falaises des causses sont utilisés pour leurs fleurines¹³⁰. En effet, les caves à fromage (Roquefort) ou à vin (entre Peyreleau et Compeyre) ont été aménagées dans ces effondrements (Parc Naturel Régional des Grands Causses 2014a; Parc naturel régional des Grands Causses 2020b).

1.2.2 *Les Causses : des plateaux arides*

Les Causses constituent 28,8 %¹³¹ du territoire du parc. La structure du sol est si poreuse que l’eau s’y infiltre, ne laissant aucune rivière se former. Les causses sont délimités par des falaises. Le pastoralisme a, pendant plusieurs siècles, façonné ces vastes espaces couverts de pelouses steppiques (plateaux arides) riches en biodiversité. Au Moyen Âge (XIIe siècle), les ordres religieux des Hospitaliers et des Templiers ont exploité ces espaces pour, entre autres, développer l’agropastoralisme sur ce territoire aux faibles capacités de production. Les Causses ont alors été aménagés (construction de cités, de jasses ou bergeries des causses, de lavognes¹³²), pâturés et cultivés dans les zones dépressionnaires (dolines). L’élevage ovin y demeure prépondérant. Cette activité a ainsi laissé une grande richesse de patrimoine architectural et vernaculaire (*Ibid.*; Parc Naturel Régional des Grands Causses 2014b).

1.2.3 *Les monts : des vallées boisées*

Situées sur la périphérie du parc, les altitudes des monts varient entre 300 et 900 mètres et ils couvrent 24,5 % du territoire¹³³. Les paysages se composent de crêtes et de vallées aux versants escarpés, façonnés par un réseau hydraulique dense, de forêts et parfois de hauts plateaux anciennement couverts de landes. Les conditions climatiques y sont difficiles et l’habitat diffus. L’élevage est prédominant et la sylviculture prospère sur les monts de

¹³⁰ Énormes blocs de roches fracturés ventilés

¹³¹ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2020, Entités paysagères - calcul de la surface, 8 avril 2020, consulté le 22 juin 2025.

¹³² Marre au sol dallé dont l’étanchéité est assurée par une couche d’argile, permettant de retenir l’eau naturellement

¹³³ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2020, Entités paysagères - calcul de la surface, 8 avril 2020, consulté le 22 juin 2025.

Lacaune. Les activités économiques ont façonné les paysages, laissant un patrimoine architectural et vernaculaire remarquable. On trouve notamment de grands domaines, constitués de fermes avec des cours fermées autour d'une fontaine abreuvoir, des sécadous (ou séchoirs à châtaignes) et des terrasses en pierres sèches.

1.2.4 Les Rougiers : une couleur « lie de vin »

Les Rougiers se caractérisent par la couleur « lie de vin » du sol et du bâti issue de l'oxydation du fer contenue dans la roche et la terre. Certains secteurs, ravinés, sont totalement arides. À la fin du XIXe siècle, des ouvrages d'irrigation ont été construits afin d'augmenter les rendements fourragers et la production laitière des brebis pour la fabrication du Roquefort. Cette période a marqué le paysage avec des canaux, aqueducs, vastes fermes avec demeure bourgeoise et granges monumentales aux allures d'église avec leurs voûtes reposant sur des colonnes. Des pigeonniers composent également les paysages, ils étaient réservés à la noblesse et aux ordres religieux (Parc naturel régional des Grands Causses 2020b; Parc Naturel Régional des Grands Causses 2014c).

1.3 Un territoire à haute valeur ajoutée patrimoniale

Le territoire a de nombreux sites patrimoniaux remarquables identifiés et reconnus.

1.3.1 Trois Grands sites d'Occitanie au sein du parc

Le dispositif Grands Sites d'Occitanie labellise les espaces naturels, les sites culturels et historiques exceptionnels afin de répondre à des objectifs d'attractivité, d'aménagement du territoire et de dynamisme économique. Le label permet notamment d'augmenter la notoriété de la destination Occitanie et d'inciter les visiteurs (habitants de la région et touristes) à découvrir ces sites. Il existe au total 41 Grands Sites d'Occitanie (CRTL Occitanie - pros 2025).

Le Parc des Grands Causses est couvert à 90% par trois Grands Sites Occitanie¹³⁴ : Le site Millau, Roquefort, Sylvanès ; le site du Cirque de Navacelles, Lodève, Pays viganais et le site des Cévennes. De plus, le Parc est limitrophe avec d'autres Grands Sites d'Occitanie (*Ibid.*).

Figure 58 : Les Grands sites d'Occitanie et le Parc naturel régional des Grands Causses¹³⁵



Les Grands Sites Occitanie sont situés dans tous types d'espaces touristiques (montagne, campagne, littoral, urbain) de la région. Ils sont composés d'un territoire élargi nommé zone d'influence, englobant les cœurs emblématiques. Par exemple pour le Grand Site Occitanie Millau – Roquefort – Sylvanès les cœurs emblématiques identifiés sont :

- « *Millau et le Viaduc de Millau, c'est-à-dire la zone délimitée au titre de la procédure SPR (Site Patrimonial Remarquable) et le périmètre de la concession du Viaduc* ;
- *Roquefort-sur-Soulzon, soit le périmètre de l'AOP qui servira de référence à la procédure « Site Patrimonial Remarquable »* ;
- *Sylvanès et le « Centre Culturel de Rencontre » soit, le PDA (périmètre délimité des abords) de l'Abbaye* » (Conseil Régional Occitanie 2018)

¹³⁴ Marie Corniglion, 2025, Calcul de la superficie des grands sites Occitanie au sein du parc des Grands Causses avec Qgis

¹³⁵ Marie Corniglion, 2025

La zone d'influence comprend les communautés de communes Millau Grands Causses ; Saint-Affricain, Roquefort et Sept Vallons ; Larzac et Vallées ; Monts Rance et Rougier ; Muse et Raspes ; une partie de la Communauté de communes Causses à l'Aubrac et au PETR du Syndicat mixte du Lévézou (Conseil Régional Occitanie 2018).

1.3.2 Les Grands sites de France

Le label Grands Sites de France, créé en 2002, appartient à l'état. Il est attribué par le ministre chargé des sites à un site classé de grande notoriété et de forte fréquentation pour 8 ans. L'obtention du label est conditionnée à la mise en œuvre d'un projet intégrant des actions de préservation, de gestion et de valorisation du site, en cohérence avec les principes du développement durable. En février 2025, les Grands Sites de France comptent 22 Grands Sites labellisés et 30 sites en démarche vers le label. En 2024, les Gorges du Tarn, de la Jonte et Causses ont obtenu le label et le cirque de Navacelles a renouvelé son label. Ces deux sites sont situés au sein du Parc naturel régional des Grands Causses (Grands Sites de France 2025b; Grands Sites de France 2025a; Grands Sites de France 2025c).

1.3.3 Des Petites Cités Caractère et des Plus Beaux Villages de France

Le Parc naturel régional des Grands Causses compte 3 Petites Cités de Caractère (Sévérac-le-Château, Combret et Peyreleau) soit 50 % des petites cités du département de l'Aveyron. Les Petites Cités de Caractère est un label créé en 1975 qui valorise les communes rurales atypiques, de moins de 6 000 habitants. Les communes doivent être denses pour donner l'aspect d'une cité et présenter un patrimoine architectural de qualité et homogène bénéficiant de mesures de protection (Monuments Historiques, Site Patrimonial Remarquable) (Petites Cités de Caractère® de France 2020b; Petites Cités de Caractère® de France 2020a; Petites Cités de Caractère® de France 2025).

Avec 11 Plus Beaux Villages de France, le département de l'Aveyron est le département français avec le plus grand nombre de villages labellisés Plus Beaux Villages de France. Le Parc contient 3 plus Beaux Villages de France : Peyre (commune de Comprégnac), La Couvroletade et Brousse le Château. Créé en 1982, le label valorise les villages ruraux de moins de 2000 habitants dotés d'un patrimoine remarquable au sein d'un espace naturel préservé. La commune doit posséder au moins deux sites ou monuments protégés et

répondre à 32 critères sur les qualités patrimoniales et architecturales du village, sur les efforts de mise en valeur, sur la protection du patrimoine naturel, sur l'accueil (Les Plus Beaux Villages de France 2025; Tourisme Aveyron 2025).

Ces deux labels accordent une importance aux monuments historiques et au patrimoine. Le territoire du Parc compte 59 monuments classés et 5 sites naturels classés aux monuments historiques. Le territoire comprend également 106 monuments inscrits et 33 sites inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques (Parc naturel régional des Grands Causses 2024b).

1.3.4 Un bien UNESCO : Les Causses et Cévennes, paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen

Les Causses et les Cévennes, paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen, ont été inscrits sur la liste du patrimoine mondial le 28 juin 2011 au titre des paysages culturels évolutifs vivants. Le bien s'étend sur 302 319 hectares (134 communes¹³⁶) et 312 425 hectares pour la zone tampon de quatre départements, l'Aveyron, le Gard, la Lozère et l'Hérault (Association de Valorisation de l'Espace Causses et Cévennes 2011, p. 9, 11; DREAL Occitanie 2023). Le bien Unesco couvre 46,3 % (zone inscrite 19,7 % et zone tampon 26,6 %) du territoire du Parc naturel régional des Grands Causses¹³⁷.

Ce paysage représente un témoignage et un exemple exceptionnel de la culture agropastorale méditerranéenne et des savoir-faire qui lui sont associés¹³⁸. Le périmètre du bien a été défini de manière à englober les territoires qui présentent les exemples les plus caractéristiques du paysage culturel de l'agropastoralisme. Cette délimitation s'est appuyée sur des critères géomorphologiques : les unités paysagères ainsi que sur la présence d'éléments culturels tels que les parcours et les estives (cf. Figure 59, p 116). Par ailleurs, les zones intégrées à ce périmètre se distinguent par une forte identité historique et bénéficient déjà de dispositifs de protection et de gestion particulièrement complets tels

¹³⁶ Entente Interdépartementale Causses et Cévennes, 2011, « Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial un héritage à découvrir ».

¹³⁷ Marie Corniglion, 2025, Calcul de la superficie du bien Unesco au sein du parc des Grands Causses avec Qgis

¹³⁸ Entente Interdépartementale Causses et Cévennes, 2025, Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial de l'UNESCO, <https://causses-et-cevennes.fr/>, 2025, consulté le 28 juin 2025.

que le Parc national des Cévennes, le Parc naturel régional des Grands Causses, la réserve de Biosphère, les zones Natura 2000 (cf. Figure 16, p 49) (Association de Valorisation de l'Espace Causses et Cévennes 2011, p. 13).

Figure 59 : Les Causses et les Cévennes, paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen : carte du bien Unesco et des unités paysagères¹³⁹



Les paysages des Causses ont été façonnés par l'agropastoralisme depuis près de trois millénaires (UNESCO Centre du patrimoine mondial 2011). Des recherches archéologiques ont mis en évidence la présence d'activités agricoles dès le Néolithique moyen (entre 5000 et 2500 avant notre ère), notamment sur le Causse Méjean.

¹³⁹ Entente Interdépartementale Causses et Cévennes, 2024, Ressources - Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial de l'UNESCO, <https://causses-et-cevennes.fr/ressources>, janvier 2024, consulté le 28 juin 2025.

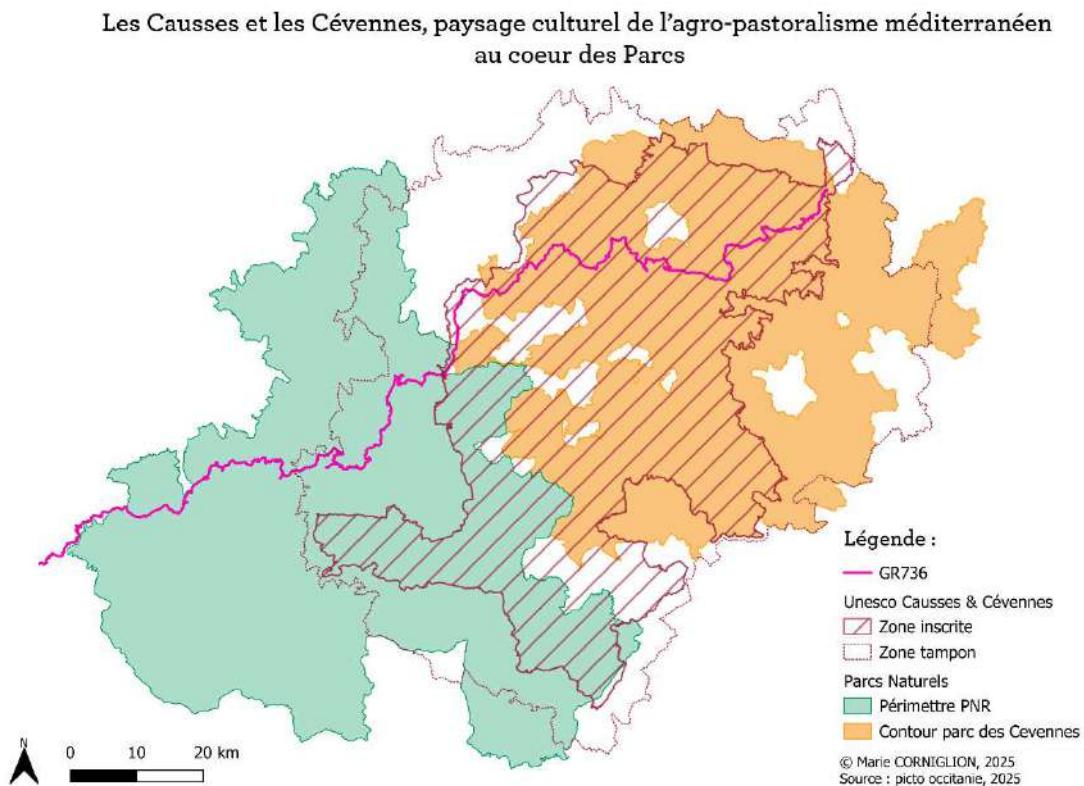
Les principales composantes paysagères liées à l'agropastoralisme, encore visibles aujourd'hui, ont été mises en place au cours des cinq derniers siècles du Moyen Âge. Durant cette période, l'implantation d'établissements monastiques (bénédictins, cisterciens), militaires et religieux (templiers, hospitaliers) a joué un rôle déterminant dans la construction du paysage. Ces communautés ont exploité les terres, maîtrisé les ressources en eau pour l'alimentation du bétail et des populations, organisé de manière méthodique la mise en culture des terres arables, en particulier autour des villages.

Les terres non cultivables, quant à elles, étaient réservées aux parcours ovins. Grâce à leur maîtrise du foncier et à des conditions naturelles favorables à l'élevage, notamment les vastes pâturages des plateaux, les ordres religieux ont largement contribué au développement du cheptel ovin. Ils en ont tiré profit à travers l'exploitation de la laine, du cuir et de la production laitière. Ainsi, le territoire est riche en patrimoines liés à la maîtrise des espaces tels que les itinéraires de transhumances ou les accès aux estives (chemins ou drailles) ; le bâti hydraulique ou les bornes de délimitation foncière. Le patrimoine issu de l'activité pastorale est varié (cf. Annexe P, p 240).

Les Causses et Cévennes font face à de nombreux enjeux parmi lesquels la sauvegarde et la transmission du patrimoine bâti agropastoral, la fermeture des milieux et la déprise agricole. (Jacques Sgard, GRAHAL, et Association de Valorisation de l'Espace Causses et Cévennes 2010, p. 8, 10).

La zone inscrite au patrimoine mondial des Causses et Cévennes couvre 126,5 km du GR®736, soit environ 40 % de son tracé. La suite du travail sera orientée autour du GR®736. Le territoire d'étude exact sera présenté en détail dans le point suivant.

Figure 60 : Les Causses et les Cévennes au sein du Parc des Grands Causses¹⁴⁰



2. La partie Aveyronnaise du GR®736 : Gorges et Vallée du Tarn

Ce second point sera consacré à la présentation du terrain d'étude de la mission agritourisme du stage : le GR®736. Il est l'un des 439 itinéraires du Parc des Grands Causses (Parc naturel régional des Grands Causses 2025b).

2.1 La naissance du GR

En 2010, le Parc travaille au développement de la randonnée et de l'itinérance. Le projet de création d'itinérance au Pays des Raspes évolue vers une itinérance dans les Gorges et Vallée du Tarn. À partir de 2012, le Parc naturel régional des Grands Causses coordonne le projet et travaille avec le comité technique à la création du GR.

¹⁴⁰ Marie Corniglion, 2025

Le comité technique du GR est composé de :

- l'Agence Nationale de Cohésion des Territoires (ANCT) ;
- la Région Occitanie ;
- Parc National des Cévennes ;
- Départements de la Lozère, de l'Aveyron et du Tarn ;
- Comité régional de la randonnée pédestre Occitanie ;
- Comités départementaux de la randonnée pédestre Lozère, Aveyron et Tarn ;
- la Fédération Française de Randonnée pédestre ;
- l'agence d'attractivité touristique Gorges Causses Cévennes ;
- syndicats de rivière et de bassin versant ;
- l'InterParcs Massif central ;
- Communautés de communes Gorges Causses Cévennes, Millau Grands Causses, Muse et Raspes du Tarn, Réquistanais, la Communauté d'agglomération de l'Albigeois, et leurs Offices de tourisme respectifs.

Reconnu par le Comité de massif comme « itinérance emblématique du Massif Central », le projet a pu être éligible à l'appel à projets « Soutien aux grandes itinérances du Massif central » et a été sélectionné. En 2021, l'itinérance obtient l'homologation de la Fédération française de la randonnée pédestre et devient le GR®736 Gorges et Vallée du Tarn. Il est inauguré le 16 juin 2023. (Parc naturel régional des Grands Causses 2023b).

2.2 Le financement du projet

2.2.1 *Qu'est-ce que la politique de Massif ?*

La politique de massif est une politique publique française structurée par la Loi montagne. La politique de massif vise à soutenir les territoires de montagne dans la préservation de l'environnement, la biodiversité et le dynamisme de secteurs comme l'agriculture ou le tourisme durable. Les politiques sont renouvelées tous les six ans selon la Loi Montagne. Chaque massif français dispose d'une politique unique. Un Comité de massif est copiloté par Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) et le préfet coordonnateur de massif. Le Comité de massif réunit tous les acteurs de la montagne (élus locaux, acteurs

économiques, représentants associatifs) afin d'élaborer à l'échelle du massif, un schéma interrégional d'aménagement et de développement du massif. Ce document stratégique fixe les orientations et planifie à moyen terme des politiques de développement et d'aménagement. Les orientations et les recommandations inscrites dans les schémas de massif sont mises en œuvre au travers des Contrats de Plan Interrégionaux État-Régions (CPIER) en complémentarité avec les contrats européens suivants :

- Programmes Fonds européens de développement régional (FEDER) ;
- Fonds social européen plus (FSE+) ;
- Et Fonds pour une transition juste (FTJ) régionaux (Préfet coordinateur du Massif Central 2022; Parc naturel régional des Grands Causses 2023a; ANCT - Agence Nationale de la Cohésion des Territoires).

2.2.2 La politique de massif, le cas du Massif central

L'État, notamment le ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation et le ministère de la transition écologique, les collectivités territoriales (régions, départements) contribuent à la mise en œuvre technique et financière de la politique au travers de la Convention interrégionale du Massif central (CIMAC). La CIMAC 2021-2027 est structurée autour de 3 axes :

1. faire du Massif central un territoire exemplaire en matière de préservation et de valorisation des ressources et milieux naturels ;
2. accompagner la transformation des filières économiques du massif ;
3. amplifier l'attractivité des territoires du Massif central au bénéfice de toutes les populations.

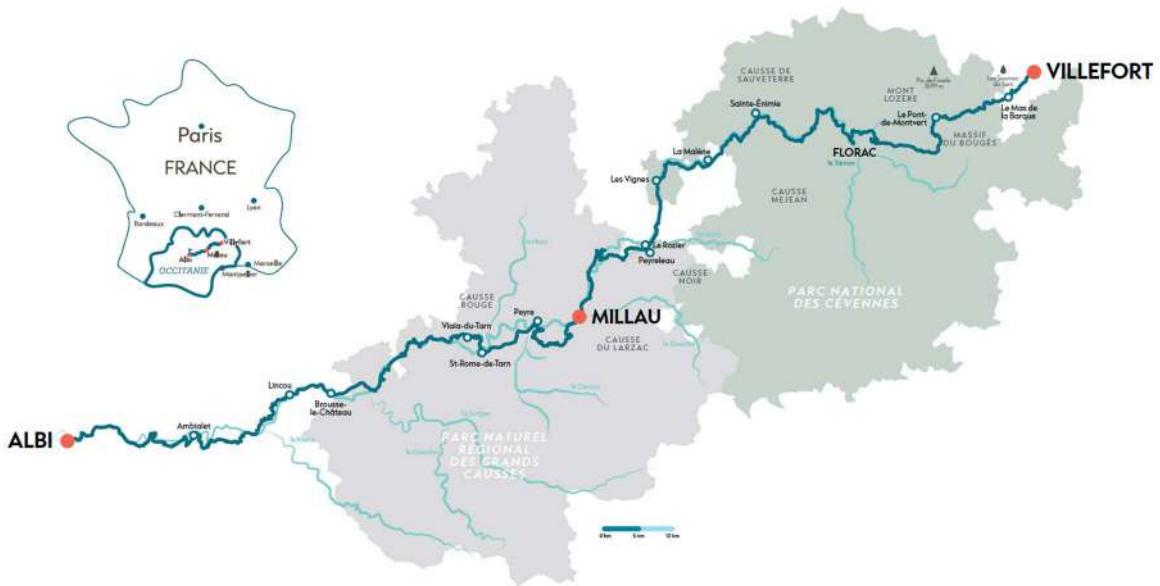
L'axe 2 contient trois mesures dédiées au tourisme durable, deux d'entre elles concernent les grandes itinérances (mesures 2.2 et 2.3). Dans ce cadre, le Parc naturel régional des Grands Causses, a répondu et remporté l'appel à projets Massif Central / Pôle de nature 2023. Cet appel à projets a permis de financer les travaux d'aménagement et de promotion du GR®736 (Parc naturel régional des Grands Causses 2023a; Préfet coordinateur du Massif Central 2022).

En 2023, le coût engagé pour le GR®736 s'élevait à 1 589 726 € (Parc naturel régional des Grands Causses 2024a, p. 58).

2.3 Le parcours du GR®

Le GR®736, débute à Villefort (Lozère) et accompagne le cours de la rivière le Tarn depuis sa source sur le mont Lozère, jusqu'à Albi (Tarn). Ce sentier fait la jonction entre les GR 7 et 36 en passant par la vallée du Tarn et ses célèbres gorges, d'où son nom GR®736 Gorges et Vallée du Tarn.

Figure 61 : Carte du tracé du GR®736¹⁴¹



Sur 316 km et plus de 15 étapes, il traverse des sites somptueux tels que les détroits du plus grand canyon d'Europe les Gorges du Tarn, les plateaux des Grands Causses, le Mont Lozère, Millau et le Viaduc de Millau... cumulant un dénivelé positif de 10 937 mètres et un dénivelé négatif de 11 363 mètres (Parc naturel régional des Grands Causses 2023b; Parc Naturel Régional des Grands Causses 2025).

Le parcours a été imaginé comme une itinérance multimodale, afin de pouvoir le parcourir en marchant ou en pagayant, en running, ou en Gravel bike, à VTT ou en paddle et peut-être

¹⁴¹ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2023, Carte du GR®736

même, à terme, à dos d'âne en fonction des tronçons. Il traverse au moins 20 sites incontournables (Parc naturel régional des Grands Causses 2023b) :

Figure 62 : Éléments remarquables traversés par le GR®736¹⁴²

GR736 – GORGES ET VALLÉE DU TARN

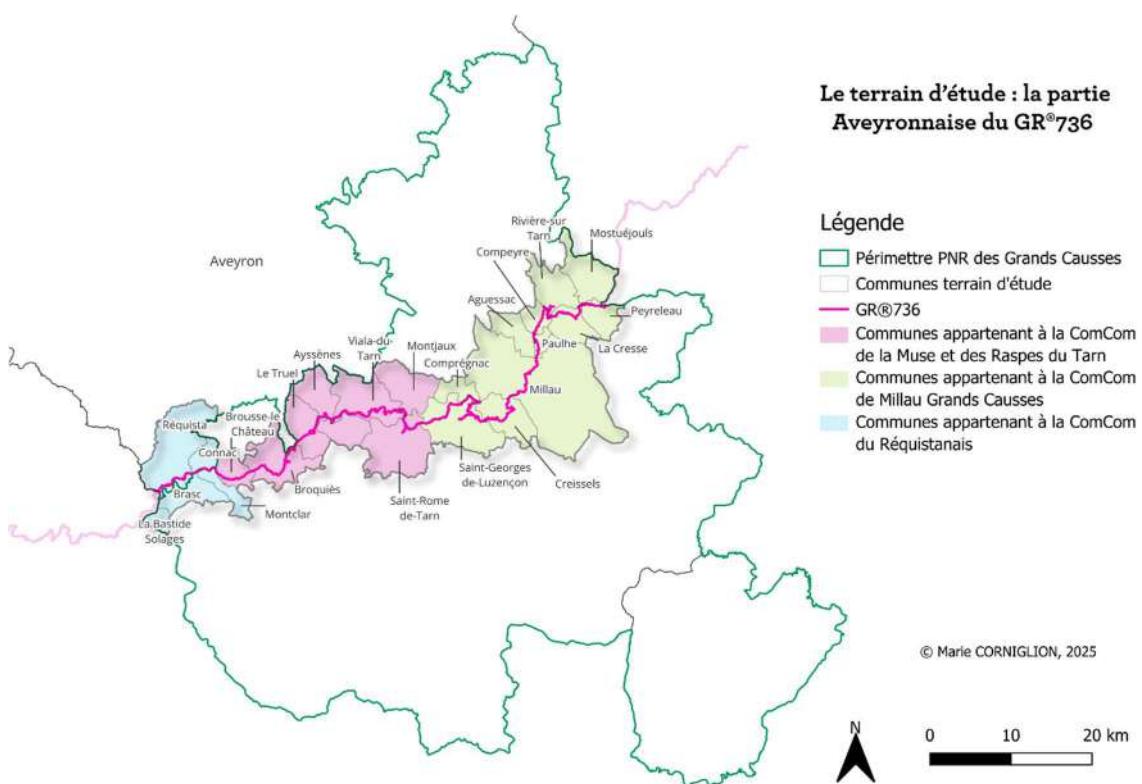
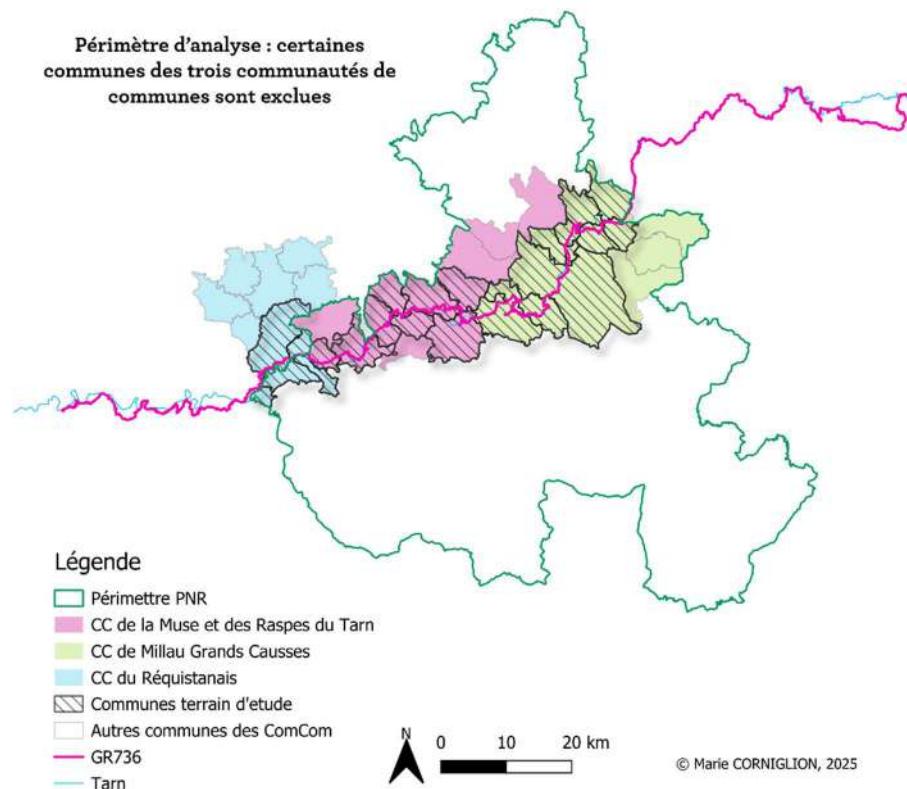


2.4 La zone d'étude : la partie aveyronnaise du GR®736

Dans le cadre du stage, la mission liée à l'agritourisme (décrise plus bas) porte sur les 124,3 km du GR situés dans le département de l'Aveyron. Le périmètre d'étude initialement retenu correspond aux communes traversées par le GR®736 situées dans le Parc naturel régional des Grands Causses. Toutefois, les communes de Réquista et de Connac, bien qu'en dehors des limites du parc, ont exprimé leur souhait d'être incluses dans le périmètre de l'étude. Ainsi, le terrain d'étude inclut au total 23 communes, de 3 communautés de communes différentes (cf. Figure 63, p123).

¹⁴² Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2024, Mémo GR736 Gorges & Vallée du Tarn, consulté le 6 juillet 2025.

Figure 63 : Terrain d'étude pour la mission agritourisme et itinérance¹⁴³



¹⁴³ Marie Corniglion, 2025

Une présentation de l'état des lieux du territoire d'étude sera proposée dans le chapitre suivant. Ce dernier comprendra également l'état des lieux agricole et agritouristique réalisé en début de mission.

Nous allons maintenant présenter les deux missions de stage.

3. Agritourisme et innovation le long du GR®736

3.1.1 Contexte de la mission

La mission confiée est née de l'appel à projets de l'Union Européenne AgroTour SUDOE (Sud-Ouest Européen), remporté par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs de la Région Occitanie en 2024.

Cet appel à projets cherche à dynamiser les zones rurales d'Espagne, de France et du Portugal en diversifiant les revenus des agriculteurs et en valorisant les produits locaux au travers de l'agritourisme. En effet, l'agriculture dans les zones rurales est, importante pour le développement économique, pour la conservation de l'environnement, le maintien de la population rurale et la préservation du patrimoine culturel et paysager.

Ainsi, le projet AgroTour SUDOE a pour objectifs de :

- promouvoir l'agritourisme durable : développer des activités touristiques liées au milieu rural comme une source alternative et durable de revenus pour les communautés locales ;
- revitaliser les économies rurales : soutenir les producteurs locaux dans la diversification de leurs activités, améliorer leur accès aux marchés et attirer de jeunes talents pour garantir le renouvellement générationnel ;
- protéger l'environnement naturel et culturel : intégrer des pratiques durables dans le tourisme rural qui respectent les écosystèmes locaux et valorisent le patrimoine culturel et paysager des régions du Sud-ouest européen ;
- renforcer les liens entre les communautés urbaines et rurales : encourager un changement de perception des produits agroalimentaires locaux et promouvoir un tourisme qui respecte et valorise l'authenticité (Interreg Sudoe 2024).

3.1.2 Les missions et objectifs

La mission consiste à développer un projet d'agritourisme innovant le long du sentier de grande randonnée GR®736 Gorges et Vallée du Tarn et s'inscrit autour de la problématique suivante : **Comment l'agritourisme peut-il être développé de manière innovante pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance sur le GR®736 Gorges et Vallée du Tarn ?**

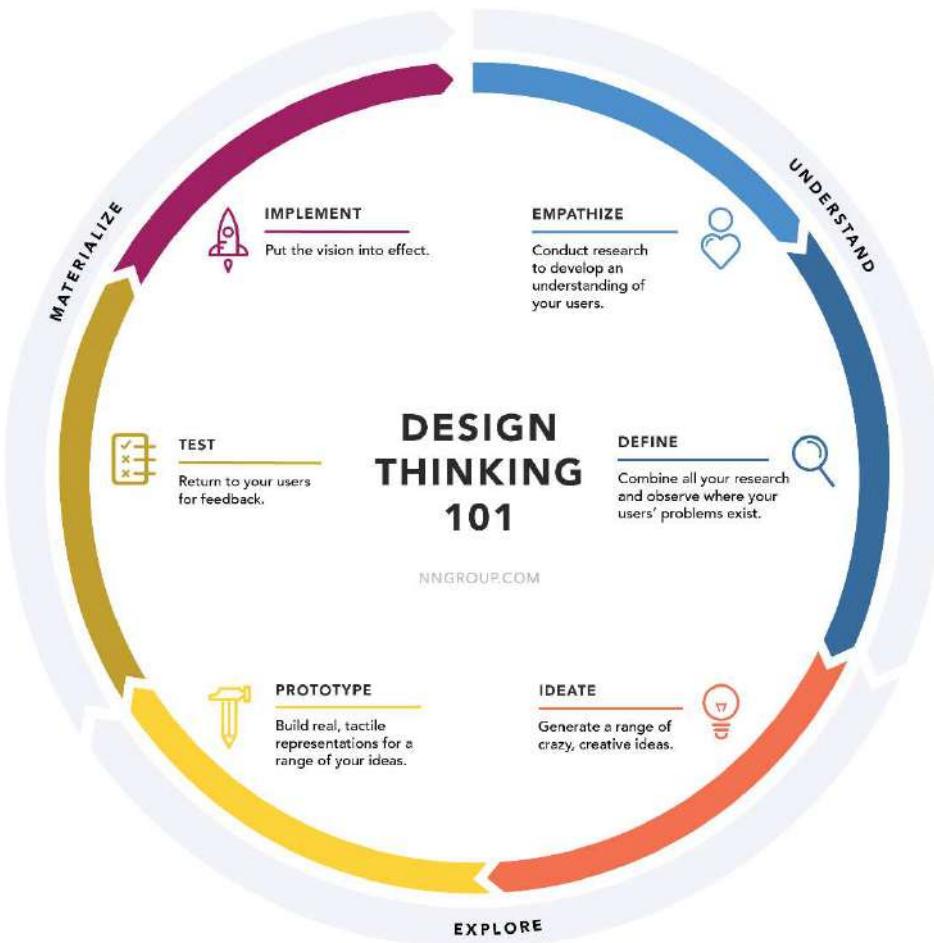
L'objectif est de proposer de nouvelles expériences touristiques, valorisant l'agritourisme et les produits locaux, le long du parcours du GR®736, en utilisant la méthode de design de services.

Le design de service est une approche créative qui analyse les besoins des usagers, qu'ils soient exprimés ou latents, dans le but d'améliorer leur expérience et de répondre à leurs problèmes avec des solutions durables. La méthode peut s'appuyer sur les sciences sociales et humaines (anthropologie, sociologie, etc.) pour comprendre les usagers. Le design de service contribue à réduire les risques liés au déploiement de solutions inadaptées aux réalités du terrain, tout en facilitant leur appropriation. Les services sont co-construits et expérimentés avec les utilisateurs et les parties prenantes concernées (Direction interministérielle de la transformation publique 2023). Le design de service utilise les méthodes du *Design Thinking*. Le *Design Thinking* est une approche concrète, centrée sur l'utilisateur, qui permet de résoudre des problèmes complexes en favorisant l'innovation. Cette méthode repose sur un processus structuré en six phases^{144 145} : l'empathie, la définition, l'idéation, les prototypes, les tests et l'implémentation.

¹⁴⁴ Different factory, 2019, Design de Service c'est quoi ? Difference Design Thinking ?, <https://www.differentfactory.com/design-de-service-quest-ce-que-cest/>, 18 septembre 2019, consulté le 28 août 2025.

¹⁴⁵ Nielsen Norman Group et Sarah Gibbons, 2016, Design Thinking 101, <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>, 31 juillet 2016, consulté le 28 août 2025.

Figure 64 : Méthode Design Thinking¹⁴⁶



Dans le cadre de la mission confiée, les actions suivantes sont attendues :

- réaliser un état des lieux de l'itinéraire concerné en évaluant son potentiel agritouristique, cartographier les ressources agricoles et touristiques existantes ;
- identifier les besoins des agriculteurs et les attentes des touristes via des entretiens ou enquêtes ;
- proposer des recommandations et des prototypes de services destinés à être co-construits avec les agriculteurs.

¹⁴⁶ Nielsen Norman Group et Sarah Gibbons, 2016, Design Thinking 101, <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>, 31 juillet 2016, consulté le 28 août 2025.

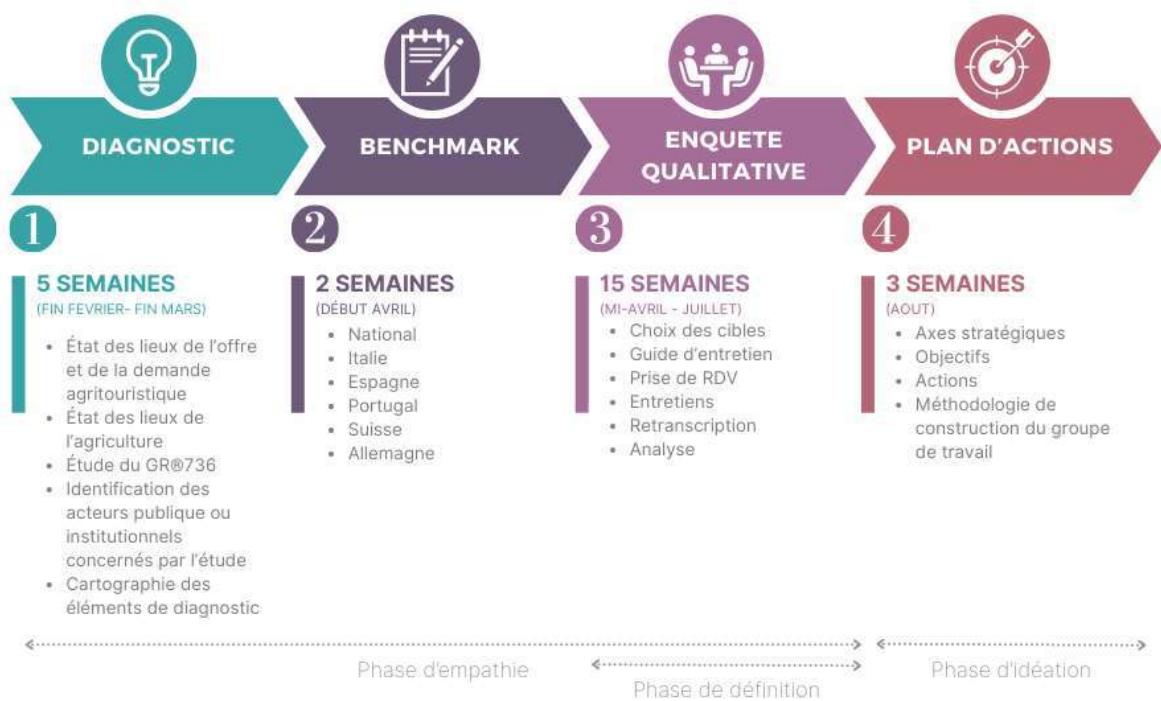
La mission est co-pilotée par le Parc naturel régional des Grands Causses et par l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron (ADAT). Elle est réalisée sur une durée de 6 mois au sein du Parc des Grands Causses à Millau (Aveyron).

Pour répondre à la mission confiée et à la problématique, le travail s'est déroulé de la manière suivante :

Figure 65 : Chronologie de la mission de stage¹⁴⁷

Chronologie de la mission

Agritourisme et itinérance GR@736



©Marie CORNIGLION 2025

En parallèle de ce travail, une mission secondaire a également été menée, portant sur la marque Valeurs Parc naturel régional. Elle sera développée dans le point 4.

¹⁴⁷ Corniglion Marie, 2025

3.1.3 Enjeux liés à la mission de stage

Enfin, la mission agritourisme vise à répondre à plusieurs enjeux :

- Accroître l'attractivité du GR
- Promouvoir la filière agricole
- Limiter l'empreinte carbone dans la découverte du territoire
- Favoriser le bien-manger
- Valoriser les ressources alimentaires locales
- Apporter une source de revenus complémentaire aux agriculteurs

4. La marque Valeurs Parc naturel régional, au service de la valorisation des acteurs du territoire

4.1 Qu'est-ce que la marque Valeurs Parc ?

4.1.1 De la marque « Parc naturel régional » à la marque « Valeurs Parc naturel régional »

Le principe d'une marque collective des Parcs existe depuis 1996 avec un premier règlement d'usage commun et la mise en place d'outils de marquage partagés. Elle avait pour nom « Parc naturel régional » (Parcs Naturels Régionaux de France 2023a).

Une marque collective est une marque qui peut être utilisée par toute personne respectant le règlement d'usage qui précise les conditions de son exploitation (Lardon, Moquay et Poss 2007, p. 117).

Les types produits ou services susceptibles de bénéficier de la marque étaient :

- les produits agricoles et agroalimentaires issus et/ou transformés sur le territoire du Parc ;
- les produits artisanaux fabriqués sur le territoire du Parc ;
- les services (accueil, hébergement, restauration, visites, sorties patrimoine, visite de terroir, prestations éducatives scolaires) (*Ibid.*, p. 121).

Les logotypes rattachés à la marque permettent d'identifier les prestations ayant reçu un agrément du Parc (Parc naturel régional des Grands Causses et Richard André 2005, p. 83).

Chaque Parc naturel régional bénéficiait de trois logotypes personnalisés pour la marque (Lardon, Moquay et Poss 2007, p. 121)¹⁴⁸. Ils n'ont pas fait l'objet d'un dépôt auprès de l'INPI. Seul le logo institutionnel du Parc était déposé. Les 3 déclinaisons du logo du Parc permettaient de différentier la marque collective de la marque institutionnelle du Parc¹⁴⁹.

Figure 66 : Les 3 déclinaisons de la marque « Parc Naturel Régional » jusqu'à la marque « Valeurs Parc naturel régional »



En 2016, la marque « Parc naturel régional » et ses trois déclinaisons ont été remplacées par la marque « Valeurs Parc naturel régional ».

La marque « Parc naturel régional » a évolué afin de solutionner deux problèmes. Le premier était d'ordre juridique : la marque étant propriété de l'État et gérée par les parcs elle ne respectait pas le droit communautaire (article 28 du traité de la Communauté Européenne) notamment en ce qui concernait les produits agricoles et artisanaux. Il était nécessaire de retirer l'indication d'origine. Le second était le manque de visibilité de la marque au niveau national.

La nouvelle marque « Valeurs Parc naturel régional » a résolu ces deux problématiques. Il s'agit une marque unique nationale, déclinée localement avec une seule identité visuelle pour tous les Parcs. Elle permet plus de lisibilité et de visibilité sur le plan national (Parcs Naturels Régionaux de France 2016).

¹⁴⁸ Caron Armelle, 2008, La marque « Parc Naturel Régional » : un dispositif original pour valoriser des stratégies de développement durable fondées sur les ressources agricoles et agroalimentaires des territoires insulaires ultramarins, <https://journals.openedition.org/etudescaribennes/3460?lang=es#tocto2n1>, 1 décembre 2008, consulté le 15 juin 2025.

¹⁴⁹ Entretien exploratoire avec Stéphane ADAM, Chargé de mission Développement économique, social, tourisme à la Fédération des Parcs naturels régionaux de France

4.1.2 La marque « Valeur Parc naturel régional »

Cette marque appartient au ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer¹⁵⁰. Elle a été créée en 2016 et déposée à l'INPI (Data INPI 2025b). Commune à l'ensemble des Parcs naturels régionaux français, elle a pour objectif de valoriser les produits et services porteurs des valeurs de la marque. Cette marque est attribuée aux professionnels installés sur le territoire du Parc naturel régional, dès lors qu'ils répondent aux critères de la marque. Plusieurs produits peuvent bénéficier de cette marque. Chaque secteur d'activité (produits agricoles, artisanat ou industrie, activités touristiques) dispose de référentiels adaptés à une catégorie de produit ou service. Un référentiel contient des critères généraux et des critères spécifiques au secteur d'activité, et des critères spécifiques au type de produit ou service évalué. Il existe actuellement 12 référentiels :

- 1 référentiel pour **les produits agricoles** avec des critères généraux spécifiques aux entreprises agricoles. Des critères supplémentaires s'appliquent selon le domaine agricole
 - o Critères supplémentaires pour l'élevage d'herbivore ;
 - o Critères supplémentaires pour l'élevage de monogastriques ;
 - o Critères supplémentaires pour les fruits, fleurs, plantes et légumes ;
 - o Critères supplémentaires en agriculture pour le miel et produits bruts de la ruche ;
 - o Critères supplémentaires en agriculture pour la pisciculture ;
 - o Critères supplémentaires en agriculture pour les produits transformés. Ce référentiel s'applique à toute activité artisanale annexe à la production de matière première agricole. Si cette activité est la source de revenus principale et qu'elle est inscrite sur les listes des métiers artisanaux, c'est le référentiel artisanat/industrie qui s'applique.
- 5 référentiels différents pour produits issus de **l'artisanat ou de l'industrie** ;
 - o 1 référentiel pour l'artisanat et l'industrie. Ce référentiel s'applique également pour l'artisanat d'art (travail du bois, de la pierre, de la terre, du

¹⁵⁰ Renommé Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche depuis le 23 décembre 2024

verre, du métal, textile, fibres végétales et animales, cuir.). Il s'applique à tous les métiers inscrits à la Chambre des Métiers d'Art (CMA) et d'Institut pour les savoir-faire français¹⁵¹ ;

- 1 référentiel pour les produits en fibres animales : laine ;
 - 1 référentiel pour les savons et cosmétiques artisanaux ;
 - 1 référentiel pour l'élagage (arboristes grimpeurs et paysagistes) ;
 - 1 référentiel pour la bière.
- 6 référentiels pour les **activités touristiques** :
- 1 référentiel pour les hébergements et la restauration ;
 - 1 référentiel pour les activités de pleine nature ;
 - 1 référentiel pour les boutiques ;
 - 1 référentiel pour les visites de sites et de découverte ;
 - 1 référentiel pour les séjours ;
 - 1 référentiel pour les prestations éducatives (fermes pédagogiques, les classes de découvertes...) (Parcs Naturels Régionaux de France 2025b).

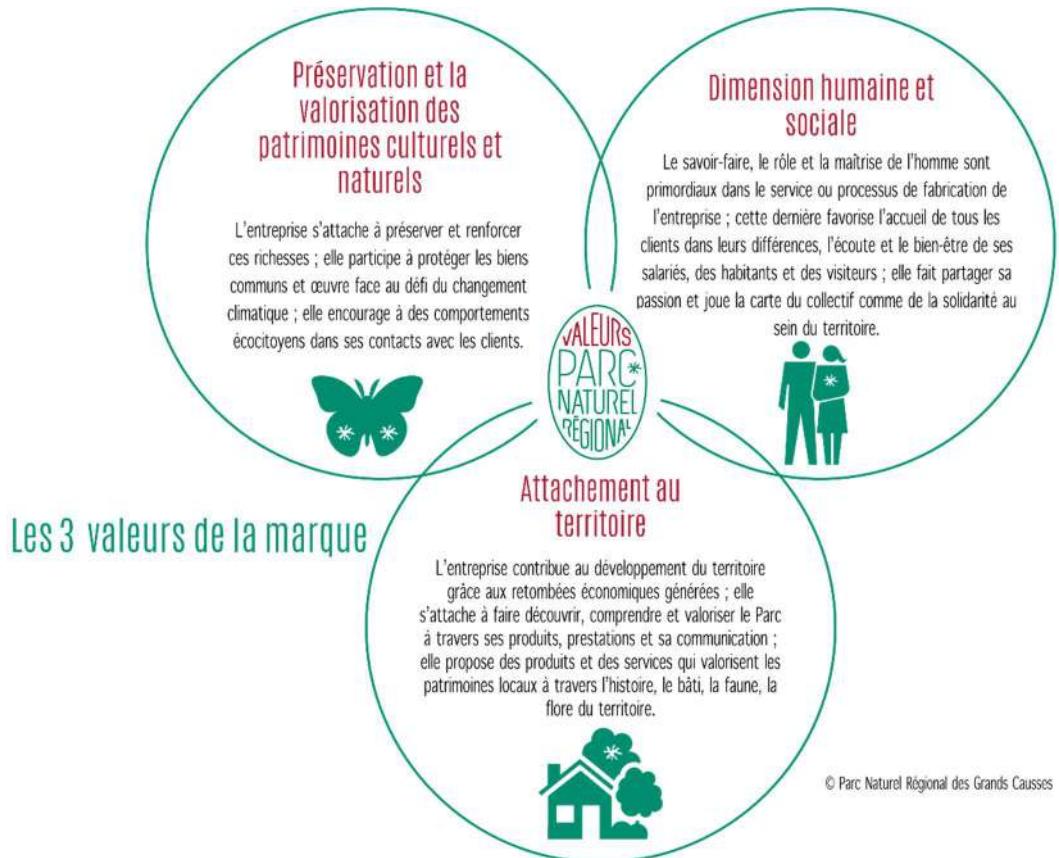
La Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) travaille actuellement à l'élaboration de nouveaux référentiels, principalement destinés aux entreprises de la construction et de la rénovation. L'objectif est de préserver et valoriser les métiers et techniques anciens, en particulier la restauration du bâti ancien, l'écoconstruction et l'écorénovation, notamment sur le plan thermique (*Ibid.*).

La marque est articulée autour de 3 valeurs : attachement au territoire, forte dimension humaine et sociale, préservation et valorisation des patrimoines. C'est une démarche d'animation territoriale, un outil marketing et de communication (Parcs Naturels Régionaux de France 2018; Parcs Naturels Régionaux de France 2025c).

Sur les 59 Parcs naturels régionaux, 51 ont attribué la marque Valeurs Parc, en 2025 on compte 2 400 entreprises qui en sont bénéficiaires (Parcs naturels régionaux de France 2025b).

¹⁵¹ Anciennement Institut National des Métiers d'Art (l'INMA) et devenu d'Institut pour les savoir-faire français en 2024

Figure 67 : Les 3 valeurs de la Marque Valeurs Parc naturel régional^{152 153}



4.1.3 Les avantages de la marque pour les professionnels

Le texte suivant a été rédigé pendant le stage pour la page de la marque Valeur Parc du site du Parc naturel régional des Grands Causses.

La marque apporte à l'entreprise bénéficiaire une reconnaissance de son savoir-faire, constituant ainsi une véritable valeur ajoutée en termes d'image. Elle met en avant les engagements environnementaux, sociaux et économiques de l'entreprise, en cohérence avec les valeurs portées par les Parcs naturels régionaux.

¹⁵² Parcs naturels régionaux de France, 2023, « Convention d'utilisation de la marque national Valeurs Parc Naturel Régional ».

¹⁵³ Marie Corniglion et Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2025, Marque Valeurs Parc, <https://pnrgc.wsextranet.net/marque-valeurs-parc>, 28 avril 2025.

La marque met en avant les produits et services auprès de publics de plus en plus sensibles aux enjeux du développement durable : préservation de l'environnement, bien-être de l'homme, économie locale.

Le produit ou service bénéficiaire de la marque bénéficie d'un dispositif promotionnel régional et national (éditions, sites Internet, réseaux sociaux, éditions, relations presse, etc) et de l'image des Parcs naturels régionaux. Le professionnel peut apposer la marque sur ses outils de communication : documentation, site Internet, emballages, point de vente, stands... et bénéficier de l'accompagnement technique du Parc.

Pour le consommateur, la marque Valeurs Parc naturel régional présente aussi de réels bénéfices et avantages.

Elle garantit notamment : que le produit ou service qui en bénéficie respecte les valeurs fortes de la philosophie des Parcs naturels régionaux, qu'il bénéficie d'une traçabilité liée à des filières territoriales (proximité), qu'il s'inscrit en réponse à des enjeux de territoire (entretien des paysages), qu'il est porteur de sens, d'humanité (valorisation des savoir-faire, esprit de solidarité entre entreprises). En privilégiant ces entreprises, le consommateur participe à la vie du territoire dans lequel il vit ou qu'il visite (Parc naturel régional des Grands Causses 2025a; Parcs naturels régionaux de France 2025b).

4.1.4 L'obtention de la marque Valeurs Parc

Pour obtenir la marque, la structure demandeuse doit répondre impérativement aux exigences du référentiel propre à son secteur d'activité. Elle doit répondre à l'intégralité des critères (Parcs Naturels Régionaux de France 2025d).

Une fois obtenue, le professionnel peut utiliser la marque pendant 5 ans et l'apposer sur l'ensemble de ses outils de communication. À l'issue de cette période, le professionnel peut en demander le renouvellement.

En cas de déclassement du Parc, l'utilisation ou le renouvellement de la marque « Valeur Parc » est strictement interdite à toute personne (Parcs Naturels Régionaux de France 2018).

Chaque Parc naturel régional dispose d'une procédure d'attribution de la marque Valeurs Parc qui lui est plus ou moins spécifique, tout en respectant certaines étapes clés. Dans le cas du Parc naturel régional des Grands Causses, le processus débute lorsque le candidat prend contact avec le Parc. Le candidat est ensuite invité à compléter un autodiagnostic correspondant à son domaine d'activité, qu'il retourne au Parc. Dans le cadre d'un nouvel échange, le Parc peut formuler des recommandations en vue de l'audit afin d'aider le candidat à répondre aux critères exigés. Une fois ces ajustements mis en œuvre, l'audit peut être réalisé. À l'issue de l'audit, le produit ou service est présenté aux élus du Parc, qui émettent un avis en vue de valider ou non l'attribution de la marque. En cas de validation, une convention est établie pour une durée de cinq ans. Elle pourra être renouvelée à l'issue d'un nouvel audit.

Une fois la convention signée, le produit ou service sera valorisé notamment sur le site internet Destination Parcs.

4.2 Le site Destination Parcs, pour découvrir les Parcs naturels régionaux

Le site Destination Parcs a été mis en ligne le 2 juin 2025 par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) et inauguré le 12 juin 2025 par Nathalie Delattre, ministre déléguée auprès du ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, chargée du Tourisme¹⁵⁴.

Le site s'adresse aux visiteurs des Parcs naturels régionaux (PNR). Il met en avant les différents PNR et les activités et expériences à vivre dans chacun d'eux. Le site valorise également les producteurs et prestataires bénéficiant de la marque Valeurs Parc (Parcs naturels régionaux de France 2025a).

¹⁵⁴ Da Cunha Mélanie et Parcs naturels régionaux de France, 2025, « Lancement de Destination Parcs – Un grand merci pour votre engagement ! »

Figure 68 : Capture du site Destination Parcs¹⁵⁵



4.3 Le Parc des Grands Causses et la Marque Valeurs Parc

Le Parc des Grands Causses a été l'un des premiers à utiliser la marque collective, dès 1997. Il figure également, à égalité avec le Parc du Morvan, parmi ceux ayant réalisé le plus de marquages entre 1997 et 2016 : 16 marquages.

En 2022, le Parc a décidé d'attribuer la marque uniquement aux prestations touristiques : hébergements, restauration, prestations d'accompagnements, activités sportives et de loisirs (Parc naturel régional des Grands Causses 2022).

Le référentiel type contient des critères communs à tous les Parcs naturels régionaux de France, et des critères à personnaliser par chaque parc.

La conformité de ces personnalisations est vérifiée par la Commission nationale marque de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF). Après validation, le Parc a alors l'autorisation d'utiliser le référentiel et de réaliser des audits. Le Parc des Grands Causses a travaillé avec les futurs candidats sur le référentiel tourisme (hébergement-restauration) afin de le personnaliser. Validé par la commission du 1^{er} juin 2022, le référentiel a permis à plusieurs professionnels de l'hébergement et de la restauration de bénéficier de la marque Valeur Parc au sein du Parc naturel régional des Grands Causses.

¹⁵⁵ Parcs naturels régionaux de France, 2025, Destination Parcs - Une autre vie s'invente ici, <https://www.destination-parcs.fr/>, 2 juin 2025, consulté le 27 juillet 2025.

4.3.1 Contexte et objectifs de la mission

Cette mission a été confiée à partir du mois d'avril, en complément d'une première mission déjà en cours. Le Parc avait besoin de mettre à jour l'ensemble de la base de données ainsi que les procédures administratives liées à la marque « Valeurs Parc naturel régional », en prévision d'une cérémonie de remise de la marque. Ce travail était également nécessaire pour préparer l'attribution de la marque à de nouveaux prestataires touristiques candidats, et dans la perspective de l'étendre à des agriculteurs proposant des prestations agritouristiques le long du GR®736.

4.3.2 Les missions

La mission a débuté par l'élaboration d'un tableau de suivi répertoriant l'ensemble des bénéficiaires de la marque, basé sur les délibérations prises par le parc. Le tableau contient des données relatives au suivi administratif du marquage (attribution, renouvellement, signature de la convention), les données d'identification des entreprises, des données de contact, des données sur les prestations marquées. La recherche dans les délibérations a permis d'identifier 11 bénéficiaires de la marque pour le référentiel hébergement restauration obtenue par le parc.

Plusieurs accompagnateurs en moyenne montagne et tour-opérateurs locaux ont sollicité le Parc pour obtenir la marque. Des ateliers de travail ont alors été organisés afin de personnaliser les référentiels tourisme activités de pleine nature et séjours. La présence du Parc lors de la commission nationale marque de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France du 17 juin 2025 a permis de justifier les personnalisations des deux référentiels et d'obtenir l'autorisation de réaliser des audits. Par la suite, 5 nouveaux professionnels ont été audités et ont obtenu la marque.

Ainsi aujourd'hui, le Parc bénéficie de trois référentiels tourisme : Hébergement-restauration, séjours et activités de pleine nature.

Les conventions d'utilisations de la marque ainsi que les attestations ont été établies pour tous les bénéficiaires. Elles ont été remises aux prestataires présents lors de la soirée dédiée du 3 juin 2025. Les absents les ont reçues par voie postale. Le Parc s'est chargé de

l'organisation de l'évènement, d'établir les devis et bon de commande pour l'ensemble des supports de communication, les cadeaux et le buffet.

Au 1er août 2025, le Parc des Grands Causses compte 17 bénéficiaires de la marque Valeurs Parc et 2 audits sont programmés pour fin août et octobre.

En parallèle des tâches présentées ci-dessus, nous avons travaillé à :

- la rédaction de contenu web et de fil de fer¹⁵⁶ pour les sites internet du Parc des Grands Causses et de Destination Parcs ;
- la mise à jour des bases de données touristiques de l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron (Hit Aveyron¹⁵⁷) et de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) (Mëso Valeurs Parc¹⁵⁸).

La mise à jour de ces bases de données, à partir du logiciel « Mëso », permettent de remonter les informations sur le site internet Tourisme Aveyron et sur la page « Produits et Service Valeurs Parc » du site Destination Parc.

Les autres pages de ces sites sont mises à jour avec le logiciel Wordpress¹⁵⁹

Ce chapitre a permis de présenter la structure d'accueil du stage, ses missions, son fonctionnement et son histoire. Il nous a également permis une meilleure compréhension des spécificités du territoire du Parc naturel régional des Grands Causses. Enfin, l'origine des missions confiées, leur position dans la stratégie du Parc ainsi que les objectifs à atteindre ont été identifiés. La suite de ce mémoire est consacrée à la première mission du stage : Agritourisme et innovation le long du GR®736. Le chapitre suivant présentera les résultats du premier livrable attendu dans le cadre de cette mission : l'état des lieux.

¹⁵⁶ Schéma de l'agencement/de la structure des différentes parties d'un site web

¹⁵⁷ Nom de la base de données du département de l'Aveyron

¹⁵⁸ Nom de la base de données de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France

¹⁵⁹ Logiciel permettant de créer et gérer un site web

Chapitre 3 : Les spécificités agricoles et agritouristiques du terrain d'étude

Ce chapitre présentera l'intégralité de l'état des lieux réalisé, orienté sur l'agriculture, l'agritourisme et le GR®736. L'état des lieux restitue toutes les données agricoles et agritouristiques du territoire. Il a été mené à différentes échelles afin de permettre des comparaisons. Sa réalisation s'appuie sur la collecte de données quantitatives brutes préexistantes, mises en forme au travers de cartographies ou de graphiques. Certains de ces supports, conçus pour être interactifs, ne peuvent malheureusement pas être intégrés dans ce format dans ce mémoire.

1. Vision de l'agriculture

La majorité des données agricoles proviennent du recensement agricole de 2020. Réalisé tous les 10 ans, il répond à une réglementation européenne imposant sa mise en œuvre simultanée à tous les états membres. Il a pour objectif de donner une vision précise et exhaustive du monde agricole et de sa diversité. Les résultats permettent d'analyser, sur une échelle géographique donnée, l'activité agricole et ses évolutions. L'enquête est reconnue d'intérêt général et de qualité statistique. Par conséquent, toutes les exploitations agricoles ont l'obligation d'y répondre, conformément à la Loi n°51-711 du 7 juin 1951 (Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation 2020; Agreste, la statistique agricole 2021a; Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2020b; Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2020a).

Dans le cadre du recensement agricole, l'exploitation agricole est définie de la manière suivante :

« L'exploitation agricole est, au sens de la statistique agricole (recensement, enquête Structure...), une unité économique et de production qui répond à plusieurs critères :

- elle a une activité agricole soit de production, soit de maintien des terres dans de bonnes conditions agricoles et environnementales ;*
- elle atteint une certaine dimension, soit 1 hectare de surface agricole utilisée, soit 20 ares de cultures spécialisées, soit une production supérieure à un seuil (1 vache ou 6 brebis mères...) ;*
- sa gestion courante est indépendante de toute autre unité. L'existence d'une immatriculation au répertoire des entreprises et des établissements Sirene ou*

d'un identifiant de demande d'aide de la Politique agricole commune présume de l'indépendance de gestion. » (Agreste, la statistique agricole 2021b)

1.1 L'agriculture en Occitanie

La région Occitanie est la première région française en nombre d'exploitations agricoles avec 64 300 exploitations en 2020, représentant ainsi 16,5 % des exploitations de France métropolitaine. Elle occupe la deuxième place nationale en superficie agricole, après la Nouvelle-Aquitaine, avec 3 130 000 hectares consacrés à l'agriculture, soit 11,7 % de la surface agricole de France métropolitaine (Agreste, la statistique agricole 2020). La région se caractérise par une grande part de petites et micro-exploitations agricoles. 25 % des exploitations sont spécialisées dans la viticulture et 16 % dans les grandes cultures.

Figure 69 : Taille et spécialisation des exploitations agricoles Occitanie¹⁶⁰



La région compte 253 produits sous Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO), issus de différentes filières, offrant une grande diversité (cf. tableau page suivante). L'Aveyron compte 39 SIQO, la Lozère 17 et le Tarn 69.

On observe les plus fortes concentrations d'exploitations en Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) dans les départements du Gard, de l'Hérault et de l'Aude. Le sud Aveyron est également riche en Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) (cf. carte page suivante).

¹⁶⁰ Agreste, la statistique agricole, 2021, Occitanie : 2ème région agricole de France - Agreste Études n°7 - Décembre 2021, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/occitanie-2eme-region-agricole-de-france-agreste-etudes-no7-decembre-2021-a6671.html>, décembre 2021, consulté le 10 mars 2025.

Figure 70 : Nombre de produits sous SIQO par filière Occitanie¹⁶¹

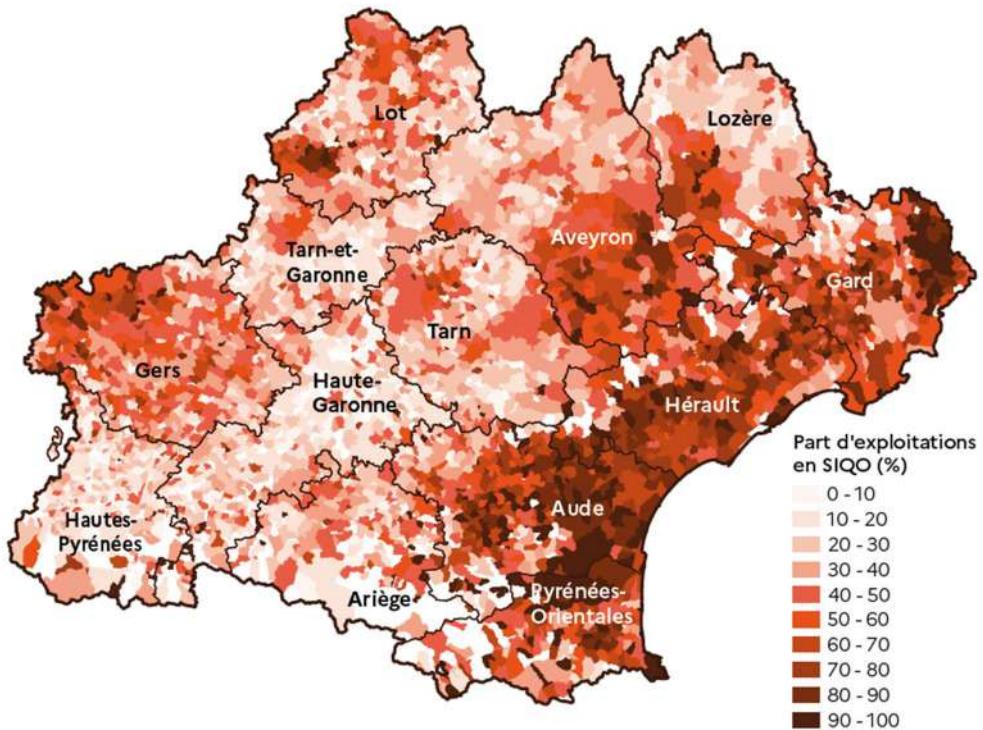
NOMBRE DE PRODUITS SOUS SIQO PAR FILIÈRE

	Filière avicole	Filière oléicole	Filière fruits, légumes, céréales	Filière produits laitiers	Filière viandes	Filière autres produits*
Ariège	31	-	-	1	4	3
Aude	29	2	2	3	14	27
Aveyron	3	-	1	7	21	7
Gard	24	3	6	2	5	23
Haute-Garonne	39	-	3	1	17	4
Gers	55	-	5	-	14	11
Hérault	24	4	2	2	5	31
Lot	18	-	6	2	21	7
Lozère	-	-	-	5	10	2
Hautes-Pyrénées	27	-	2	1	23	6
Pyrénées-Orientales	-	-	3	-	6	14
Tarn	31	-	2	1	29	6
Tarn-et-Garonne	46	-	8	1	17	7
Occitanie	60	5	24	9	53	102

*Filière autres produits : pêche, aquaculture, miel, farine, boulangerie, produits non alimentaires, ...
Source : Observatoire du développement rural (ODR), observatoire territorial (OT), SIQO référentiel 2023

Figure 71 : Part communale d'exploitations ayant au moins un SIQO¹⁶²

Part communale d'exploitations ayant au moins un SIQO en 2020 (en %)



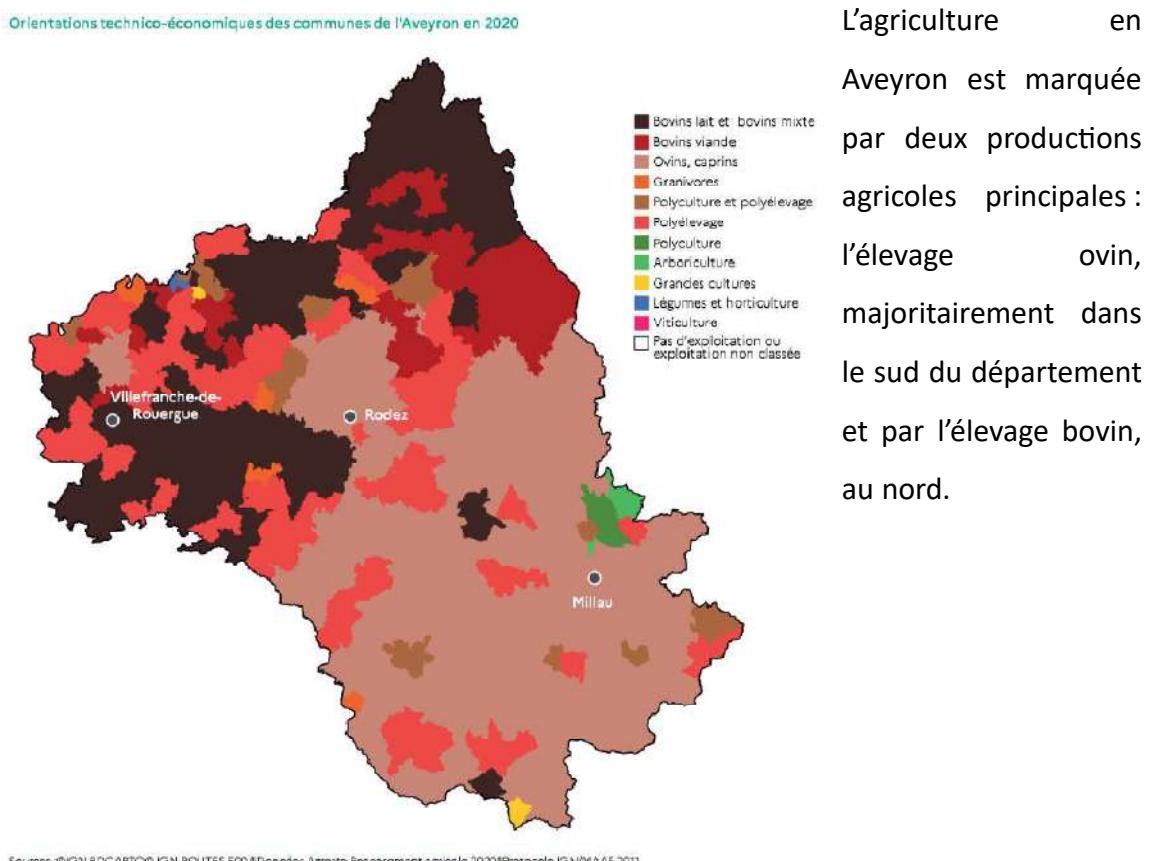
Sources : Agreste, recensement agricole 2020 - ©IGN BD CARTO®

¹⁶¹ Agreste, la statistique agricole, 2025, « Agreste Mémento 2025 Occitanie ».

¹⁶² Agreste, la statistique agricole, 2025, « Agreste Mémento 2025 Occitanie ».

1.2 L'agriculture en Aveyron une spécialisation dans l'élevage bovin et ovin

Figure 72 : Spécialisation des exploitations agricoles Aveyron¹⁶³



Sources : ©IGN BD CARTO © IGN ROUTES 500 *Données Agreste Recensement agricole 2020* Protocole IG N/MAAF 2011

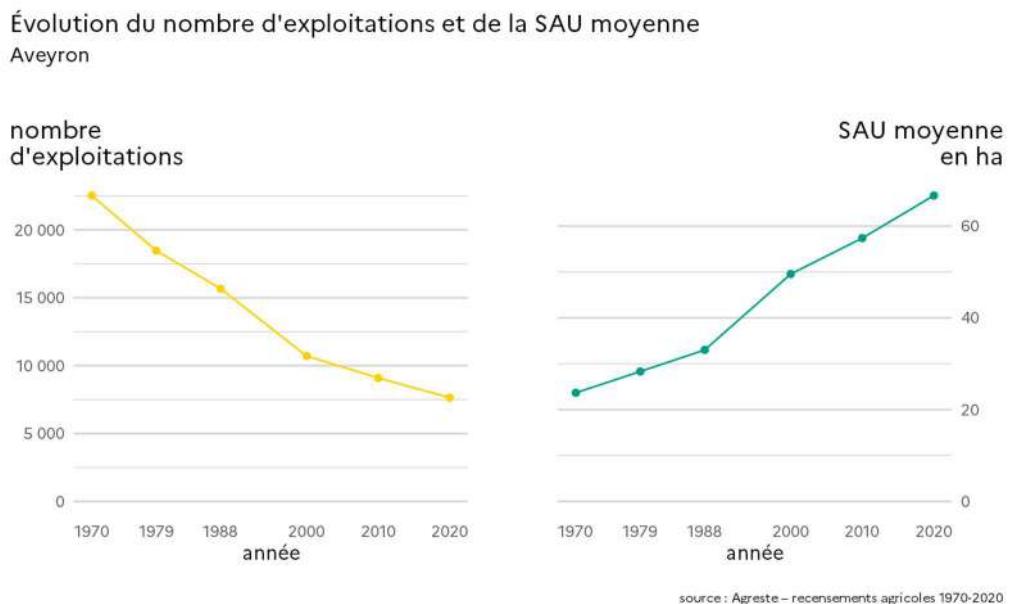
Avec 7 637 exploitations, l'Aveyron se place au second rang des départements d'Occitanie en nombre d'exploitations agricoles. Le département concentre 12 % des exploitations agricoles de la Région. 78 % des exploitations du département sont spécialisées dans les productions animales. 36 % des exploitations en productions animales sont spécialisées dans l'élevage de bovins viande et 25 % dans l'élevage d'ovins, notamment pour la fabrication du roquefort. (Agreste, la statistique agricole 2022b).

58 % de la superficie du département est consacrée à l'agriculture avec 508 957 hectares de Surface Agricole Utile (SAU). Entre 1970 et 2020, on observe une diminution du nombre d'exploitations agricoles de 66 %, mais une augmentation de leur superficie de 181,41 %.

¹⁶³ Agreste, la statistique agricole, 2022, Les productions de l'Aveyron concentrées sur les exploitations bovines et ovines - Agreste Etudes n°13 - Aveyron - Juillet 2022, https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/agreste_etudes_ra2020_aveyron_19072022.pdf, juillet 2022.

Entre 2010 et 2020, le nombre d'exploitations agricoles a diminué de 16 % tandis que leur superficie a augmenté de 16,4 % (Agreste, la statistique agricole 2024).

Figure 73 : Évolution du nombre d'exploitations agricoles en Aveyron



1.3 Le Parc des Grands Causses, une spécialisation des exploitations dans l'élevage ovin

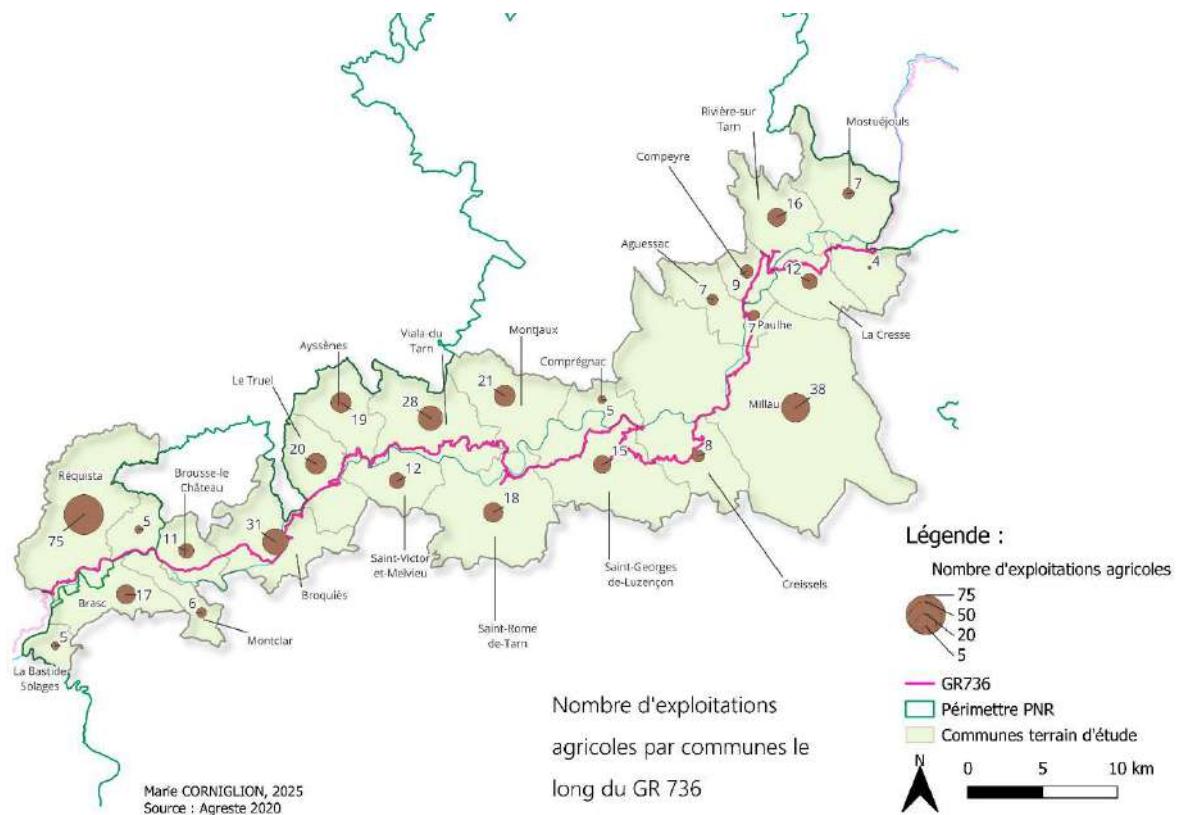
Le périmètre pris en compte lors du recensement agricole de 2020 correspond au périmètre de l'ancienne charte du Parc Naturel Régional, c'est-à-dire sans la partie héraultaise.

58 % exploitations agricoles situées dans le Parc naturel régional des Grands Causses sont spécialisées dans l'élevage ovin. 48 % de la superficie du Parc naturel régional est consacrée à l'agriculture. En ce qui concerne l'évolution du nombre d'exploitations agricoles et de la SAU moyenne, on observe la même tendance que pour le département avec une diminution du nombre d'exploitations agricoles de 67,9 % entre 1970 et 2020 et une augmentation de leur superficie de 196,4 %. Entre 2010 et 2020, le nombre d'exploitations a diminué de 16 % et leur superficie a augmenté de 7,9 % (Agreste, la statistique agricole 2022a).

1.4 L'agriculture sur le terrain d'étude

1.4.1 Les exploitations agricoles et leurs spécialisations

Figure 74 : Nombre d'exploitations agricoles par communes¹⁶⁴



Sur l'ensemble des communes du terrain d'étude, 396 exploitations agricoles ont été recensées en 2020. Les communes de Réquista, Broquiès et Millau se distinguent par un nombre plus important d'exploitations agricoles. Une carte interactive, réalisée à partir des données du registre parcellaire graphique¹⁶⁵, a permis de localiser les différentes cultures présentes le long du GR. Elle permet de définir la typologie de paysages agricoles le long du GR⁷³⁶. Nous observons que les paysages viticoles et arboricoles sont principalement situés entre Millau, Mostuéjouls et Paulhe (cf. Annexe R, p 242). Les graphiques (cf. Annexe R, p 242) montrent la proportion des cultures présentes dans les communes le long du GR.

¹⁶⁴ Marie CORNIGLION, 2025

¹⁶⁵Une base de données géographiques servant de référence pour l'attribution des aides de la politique agricole commune (PAC)

1.4.2 Les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine

Les 24 communes du terrain d'étude sont situées sur les aires géographiques de 7 IGP :

- 2 IGP vins : Aveyron, Comté Tolosan,
- 7 IGP viandes : Agneau de l'Aveyron, Jambon de Bayonne, Porc du Sud-Ouest, Canard à Foie gras du Sud-ouest, veau d'Aveyron et du Ségala.

Le terrain d'étude est également sur les aires de 3 AOC : Bleu des Causses et Roquefort pour les appellations fromagères et Côtes de Millau pour l'appellation viticole (INAO 2025b).

Le tableau ci-dessous, fourni par l'Observatoire du Développement Rural (ODR), permet d'identifier le nombre de producteurs par Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) et par appellation, spécifiquement pour les communes du terrain d'étude.

Tableau 3 : Nombre de producteurs sous SIQO en 2023 dans les 24 communes du territoire d'étude¹⁶⁶

Catégorie	SIQO	Appellation	Nombre de producteurs
Viandes	IGP	Agneau de l'Aveyron	9
	IGP	Canard à foie gras du Sud-Ouest	4
	IGP	Jambon de Bayonne	7
	IGP	Veau d'Aveyron et du Ségala	5
Vins	IGP	Aveyron	14
	IGP	Comte Tolosan	7
	AOC&AOP	Côtes de Millau	9
Fromages	AOC&AOP	Roquefort	133

Ce tableau met en évidence la présence majoritaire de producteurs de lait pour le Roquefort tandis qu'aucun producteur n'est présent pour le Bleu des Causses.

¹⁶⁶ ODR, 2025, Extraction personnalisée pour les 24 communes du GR®736 partie aveyronnaise

2. L'offre agritouristique sur la partie aveyronnaise du GR

2.1 Données de cadrage sur l'agritourisme

Tableau 4 : Évolution des exploitations agritouristiques entre 2010 et 2020¹⁶⁷

	Nb d'exploit. en 2010	Nb d'exploit. en 2020	Évolution	Nb d'exploit. agritouristiques en 2010	Nb d'exploit. agritouristiques en 2020	Part d'exploit. agritouristiques en 2020	Évolution du nb d'exploit. agritouristiques entre 2010 et 2020
France métropolitaine	489 977	389 779	-20,4 %	13 830	12 381	3,2 %	-10,4 %
Occitanie	78 329	64 370	-17,8 %	2 532	2 266	3,5 %	-10,5 %
Aveyron	9 094	7 637	-16 %	225	207	2,7 %	-8 %
PNR des Grands Causses	1 722	1 541	-10,5 %	61	61	3,9 %	0 %
CC Larzac et Vallées	189	176	-6,9 %	3	11	6,2 %	267 %
CC Réquistanais* GR	483	388	-19,7 %	4	6	1,5 %	50%
CC Monts, Rance et Rougier	340	318	-6,5 %	7	7	2,2 %	0 %
CC de Lévézou Pareloup*	514	462	-10,1 %	17	16	3,5 %	-5,9 %
CC des Causses à l'Aubrac*	583	509	-12,7 %	17	15	2,9 %	-11,8 %
CC Lodévois et Larzac	300	226	-24,7 %	19	15	6,6 %	-21%
CC Muse et Raspes du Tarn GR	337	273	-19 %	14	11	4%	-21,4 %
CC Millau Grands Causses GR	177	154	-13 %	17	12	7,8 %	-29,4 %
CC Saint-Affricain Roquefort 7 vallons	228	222	-2,6 %	7	4	1,8 %	-42,8 %
Moyenne 3 CC GR			-17,23 %			4,43 %	0%

Source : (DRAAF Occitanie 2025).

* Communautés de Communes (CC) partiellement situées dans le périmètre du Parc

GR Communautés de Communes (CC) traversés par le GR

¹⁶⁷ Marie CORNIGLION 2025

Ce tableau permet d'avoir une vision globale des chiffres de l'agritourisme à différentes échelles. La tendance nationale de diminution du nombre d'exploitations agricoles n'épargne pas le Parc et les communautés de communes (CC) du terrain d'étude. Toutefois, cette diminution est moins marquée qu'au niveau national. Ce tableau met en évidence un réel enjeu de pérennisation des exploitations agricoles et notamment les exploitations proposant une offre agritouristique. Le Parc présente d'un fort potentiel en matière d'agritourisme, avec une part d'exploitations agritouristiques supérieure à la moyenne nationale, régionale et départementale.

Il serait pertinent de mener une étude complémentaire permettant d'identifier les raisons des fluctuations significatives du nombre d'exploitations agritouristiques dans les différentes communautés de communes.

2.2 L'offre agritouristique sur le GR®736

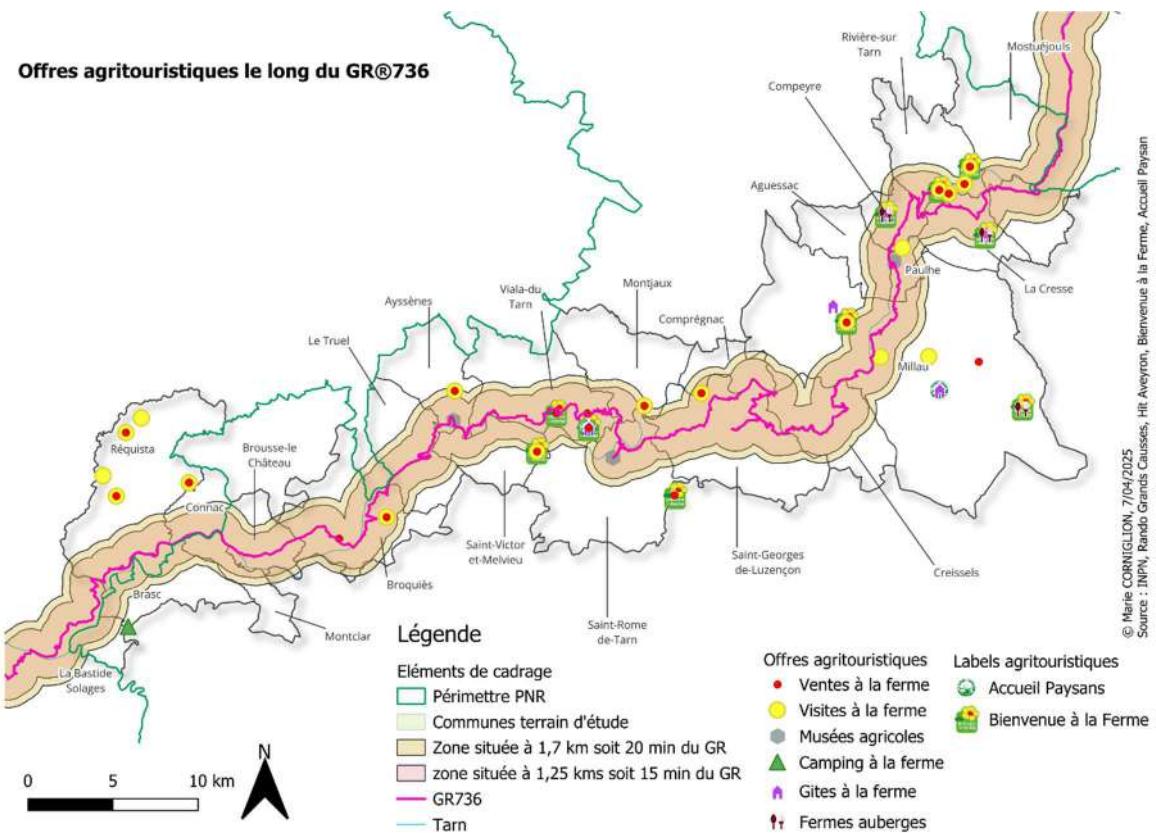
Une recherche dans différentes bases de données : le Hit Aveyron¹⁶⁸, le réseau Bienvenue à la Ferme et le Réseau Accueil Paysan, a permis d'établir que 29 (7,3 %) exploitations agricoles sur 396 proposent des activités agritouristiques. À partir de ces données, la carte (interactive) ci-dessous a pu être réalisée afin de situer les offres disponibles par rapport au GR®736. Cette carte n'est pas exhaustive, certaines exploitations ne figurant pas dans les bases de données.

De plus, les zones tampon¹⁶⁹ situant l'offre le long du GR ne tiennent pas compte du relief ni de la présence de chemin. On observe, dans certaines zones, une absence d'offre agritouristique à proximité du GR. Parmi les exploitations agritouristiques, 37 % proposent de l'hébergement et seulement 10 % de la restauration à la ferme. En revanche, 72 % des exploitations proposent de la vente directe à la ferme et 58,6 % proposent des visites.

¹⁶⁸ Nom de la base de données du département de l'Aveyron

¹⁶⁹ Une zone tampon (aussi appelée « buffer ») est une zone épousant la forme des objets d'une couche cartographique en fonction d'une unité donnée

Figure 75 : Les offres agritouristiques dans les communes du terrain d'étude¹⁷⁰



3. GR®736 fréquentation et connections

3.1 14 GR connectés avec le GR®736

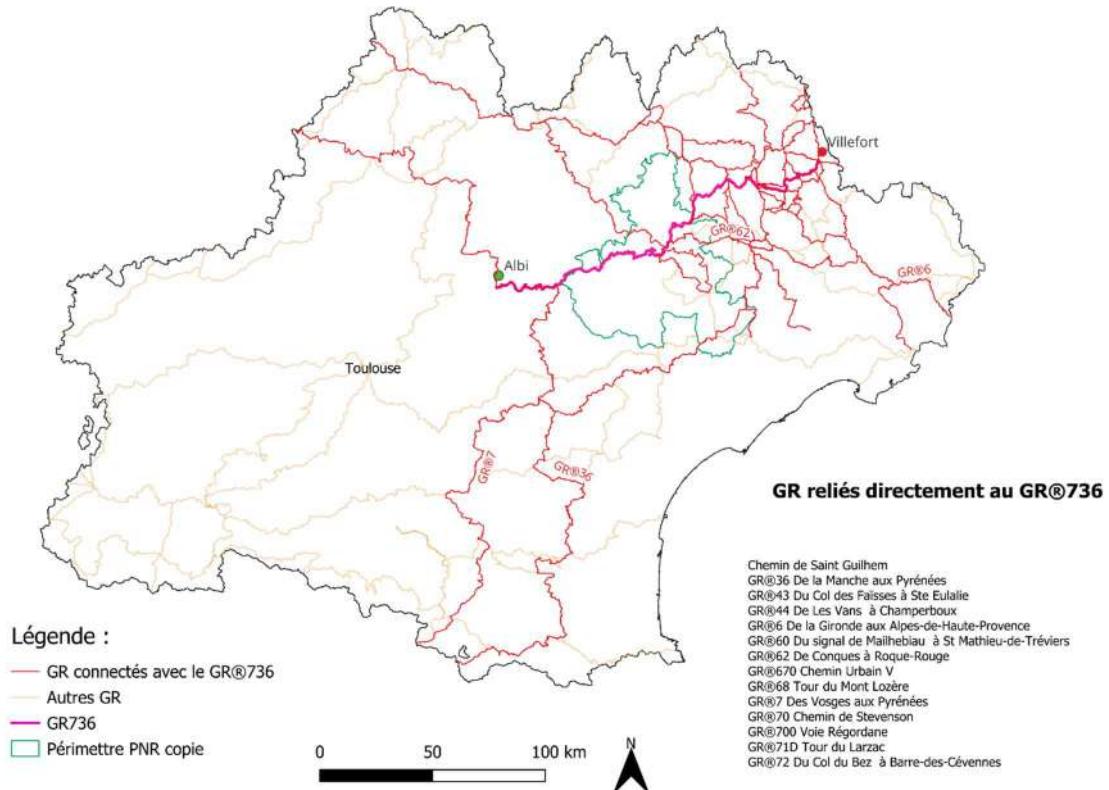
Une carte de la région Occitanie a été réalisée, mettant en évidence les sentiers de Grande Randonnée qui convergent vers le GR®736. Cette carte a pour objectif d'offrir une vision globale des flux de randonneurs susceptibles d'entrer ou de sortir du GR®736.

La réalisation de cette carte a permis d'identifier 14 sentiers de Grande Randonnée (GR) directement connectés au GR®736. On observe que certaines portions du GR®736 sont partagées avec d'autres GR. Par exemple, le chemin de Stevenson (GR®70) emprunte 28,8 km du tracé du GR®736, tandis que le GR®36 en partage environ 50 km. Sur la totalité des connexions, la majorité se situe entre Villefort et le Parc naturel régional des Grands

¹⁷⁰ Marie CORNIGLION, 2025

Causses. Seulement 2 connexions ont lieu au sein du Parc naturel régional des Grands Causses.

Figure 76 : Carte des GR reliés au GR®736

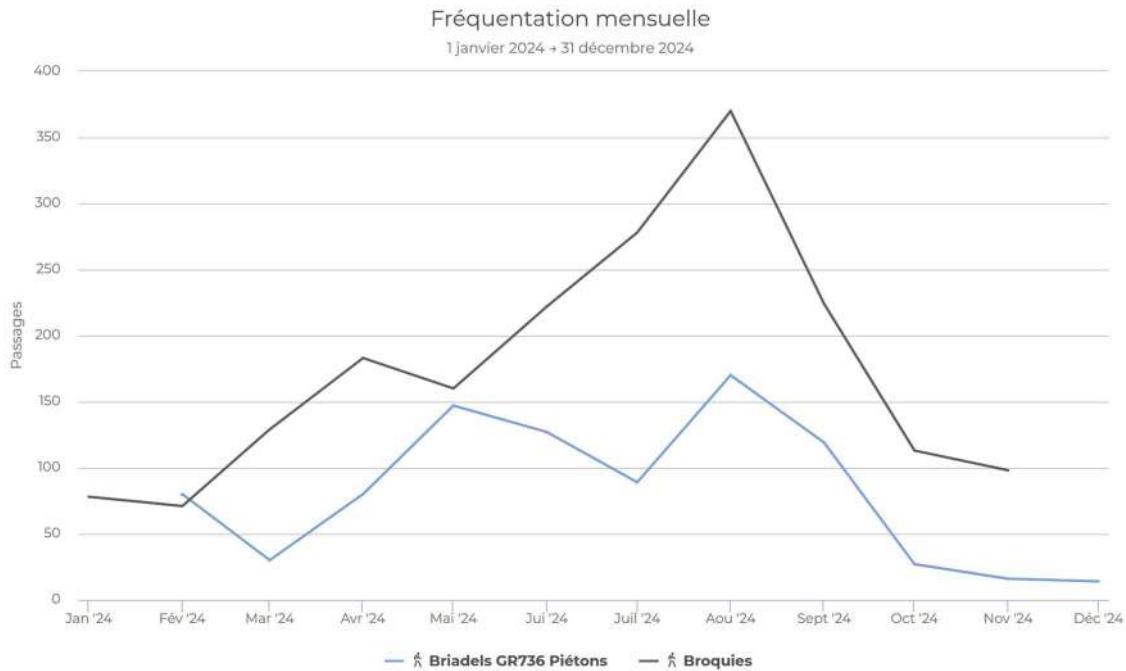


3.2 L'essentiel de la fréquentation entre avril et août

Le Parc a posé des éco-compteurs qui permettent d'estimer la fréquentation du GR. Les compteurs sont situés sur les communes de Saint-Georges-de-Luzençon et de Broquiès. Sur l'année 2024, 899 randonneurs sont passés à Saint-Georges-de-Luzençon et 2063 sont passés à Broquiès. On observe une différence importante de fréquentation entre les deux sites en raison notamment du nombre d'itinéraires qui empruntent le GR à la hauteur des éco-compteurs.

Le GR semble être fréquenté toute l'année avec un pic de fréquentation à partir d'avril et un autre en août.

Figure 77 : Fréquentation mensuelle année 2024 GR®736¹⁷¹



3.3 Une étude des clientèles du GR®736 en cours

Dans l'objectif de mieux connaître les randonneurs du GR®736, le Parc a commandé une enquête quantitative auprès du cabinet d'étude Traces TPi. L'enquête a débuté mi-avril et se terminera en octobre. Un questionnaire est administré aux randonneurs du GR par un enquêteur positionné sur le parcours.

Cette étude a pour objectif de mieux comprendre les habitudes de déplacement des randonneurs, vers et depuis les étapes du GR, leurs modes d'orientation sur le parcours, les services qu'ils utilisent, les types d'hébergements privilégiés, ainsi que leur profil socio-démographique.

¹⁷¹ Ecovisio 2025

Figure 78 : Questionnaire clientèle GR® 736¹⁷²

INITIALES :	N° Lieu d'enquête : GR736_	Date :	Code questionnaire :																																												
Pratique : <input type="checkbox"/> Pédestre <input type="checkbox"/> Equestre <input type="checkbox"/> VTTAE <input type="checkbox"/> VTT <input type="checkbox"/> Pédestre avec ânes Départ matin : _____ Arrivée soir : _____ Distance : _____ Parcours GR736 : Départ/Arrivée _____ → _____ Distance : _____ Jours : _____ Mode d'accès départ : _____ Mode retour au départ : _____ Si parcours partiel : <input type="checkbox"/> tronçons déjà faits : _____ <input type="checkbox"/> tronçons prévus : _____ Outils de guidage <input type="checkbox"/> Cartes IGN <input type="checkbox"/> TOPO <input type="checkbox"/> Balisage <input type="checkbox"/> GPS : _____ <input type="checkbox"/> Smartphone <input type="checkbox"/> Montre connectée _____ <input type="checkbox"/> Autres : _____ Si smartphone, applications dédiées : _____ Si traces GPX utilisée, site de collecte : _____ Services utilisés : <input type="checkbox"/> Transport de bagages (<input type="checkbox"/> Malle Postale) <input type="checkbox"/> Autres : _____ <input type="checkbox"/> Randonnée auto organisée <input type="checkbox"/> Pack agence ou autre : _____ Hébergement majeurs (1 et 2) : <input type="checkbox"/> Hôtel <input type="checkbox"/> CH <input type="checkbox"/> GE <input type="checkbox"/> Camping <input type="checkbox"/> Bivouac <input type="checkbox"/> Autre... : _____ Estimation budget moyen par jour/personne (hors accès départ/arrivée) : _____ Connaissance GR736 (3 réponses max) <input type="checkbox"/> Médias (presse, radio, TV) <input type="checkbox"/> Réseaux sociaux <input type="checkbox"/> Site web <input type="checkbox"/> Bouche à oreille <input type="checkbox"/> Renommée <input type="checkbox"/> Autres : _____ Outil de préparation du séjour itinérant (3 réponses max) <input type="checkbox"/> Topo-guide <input type="checkbox"/> Cartes IGN <input type="checkbox"/> Site web GR736 <input type="checkbox"/> Offices de tourisme <input type="checkbox"/> Autres : _____ Répondant <input type="checkbox"/> Femme <input type="checkbox"/> Homme Lieu : <input type="checkbox"/> France / N° dép : _____ <input type="checkbox"/> Pays : _____ Age : _____ <input type="checkbox"/> Artisan/commerçant <input type="checkbox"/> Ouvrier <input type="checkbox"/> Employé <input type="checkbox"/> Cadre <input type="checkbox"/> Agent de maîtrise <input type="checkbox"/> Profession libérale <input type="checkbox"/> Etudiant <input type="checkbox"/> Retraité (cochez aussi profession avant) <input type="checkbox"/> Sans activité professionnelle <input type="checkbox"/> Autre (précisez) _____ Groupe <input type="checkbox"/> Seul(e) <input type="checkbox"/> En groupe d'amis <input type="checkbox"/> En famille <input type="checkbox"/> En couple <input type="checkbox"/> En groupe organisé (club, agence) <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sexe</th> <th>Age</th> <th>Dép/Pays</th> <th>Notes & remarques</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tr> <td>Mail pour enquête de satisfaction / suggestion :</td> <td> </td> </tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>				Sexe	Age	Dép/Pays	Notes & remarques																																	Mail pour enquête de satisfaction / suggestion :							
Sexe	Age	Dép/Pays	Notes & remarques																																												
Mail pour enquête de satisfaction / suggestion :																																															

¹⁷² Parc naturel régional des Grands Causses, 2025

Ce chapitre constitue une synthèse du diagnostic territorial réalisé. Il a permis d'apporter un éclairage sur les dynamiques de l'agritourisme à différentes échelles, mettant en évidence le potentiel du territoire, notamment grâce à une proportion significative d'exploitations agricoles engagées dans des activités agritouristiques. L'analyse a également révélé une forte diminution du nombre d'exploitations agritouristiques dans deux communautés de communes, contrastant avec une augmentation marquée de l'offre dans celle du Réquistanais. Enfin, l'offre agritouristique située le long du GR a été étudiée et cartographiée. Les résultats montrent une forte présence de fermes pratiquant la vente directe, ainsi qu'une proportion d'exploitations agritouristiques supérieure à la moyenne, renforçant ainsi la valeur et l'attractivité du territoire.

Conclusion de la partie 2

Dans cette partie, nous avons présenté la structure de stage : le Parc naturel régional des Grands Causses : ses missions, son histoire, son fonctionnement et les caractéristiques de son territoire.

Deux missions ont été confiées. La première concerne le développement de l'offre agritouristique le long du GR®736 dans le but de répondre de manière innovante aux besoins des randonneurs en itinérance. Après une présentation de l'étude de la mission d'itinérance et d'agritourisme, le premier livrable de cette mission est le diagnostic. Celui-ci met en évidence le potentiel du territoire en matière d'agritourisme. En effet, le terrain d'étude présente une offre agritouristique plus conséquente que la moyenne et diversifiée.

La seconde mission a permis de travailler sur la marque Valeurs Parc dans la perspective de la déployer, notamment au sein des exploitations proposant des prestations agritouristiques.

La prochaine partie sera consacrée à l'enquête qualitative qui aura pour objectif d'identifier les besoins des agriculteurs et les attentes des randonneurs pour, à terme, proposer des recommandations et des prototypes de services agritouristiques innovants répondant aux besoins des randonneurs.

Partie 3 : Résultats de l'enquête

terrain et préconisations

Introduction de la partie 3

Dans la partie précédente, les missions ont été présentées. Le développement de l'offre agritouristique le long du GR®736 a nécessité une étude du territoire concerné. Pour atteindre l'objectif, de développement de l'offre agritouristique le long du GR®736, il était nécessaire d'identifier les besoins des agriculteurs et des randonneurs. Une enquête qualitative a été réalisée.

Cette partie du mémoire sera consacrée à la présentation de la méthodologie d'enquête et de ses résultats, dont l'objectif est d'apporter une réponse à la problématique : **Comment l'agritourisme peut-il- être développé de manière innovante pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance sur le GR®736 Gorges et Vallée du Tarn ?**

L'enquête permettra également d'atteindre le dernier objectif de la mission agritourisme et itinérance : proposer des recommandations et des prototypes de services destinés à être coconstruits avec les agriculteurs puis testés auprès des utilisateurs.

Ce chapitre permettra de confirmer ou d'infirmer les hypothèses émises précédemment, rappelées ci-dessous :

- La nécessité d'un accompagnement sur le long terme des projets agritouristiques à travers notamment des actions de mise en réseau ;
- Le développement de services agritouristiques, tels que des hébergements à la ferme et des offres de restauration pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance ;
- Renforcer ou mettre en place des stratégies de communication pour une meilleure visibilité de l'offre agritouristique le long du GR®736.

Dans un premier chapitre, nous présenterons la méthodologie d'enquête choisie pour vérifier les hypothèses et proposerons des services agritouristiques innovants répondants aux besoins des randonneurs. Le deuxième chapitre sera consacré à l'analyse des résultats de l'enquête en lien avec les hypothèses. Enfin, le dernier chapitre sera consacré à la présentation du plan d'action et de la méthodologie de travail collaboratif pour la poursuite du projet.

Chapitre 1 : Méthodologie d'enquête

Ce chapitre présente la méthodologie d'enquête adoptée. En complément de l'état des lieux, l'enquête vise à répondre aux objectifs de la commande. Elle recueillera des éléments afin de pouvoir répondre aux hypothèses de recherche.

L'enquête a été co-construite avec les offices du tourisme, l'agence Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron et la chambre d'agriculture à l'occasion d'une présentation des travaux.

1. Objectifs de l'enquête terrain et choix du mode d'enquête

1.1 Les objectifs de l'enquête

Les objectifs de l'enquête terrain définis conjointement sont les suivants :

- décrire les besoins et attentes des randonneurs ;
- comprendre les attentes des touristes en matière d'agritourisme ;
- répertorier les offres agritouristiques non identifiées précédemment ;
- comprendre les correspondances et écarts entre l'imaginaire des touristes et la réalité en matière d'agritourisme ;
- décrire les besoins et difficultés des agriculteurs ;
- expliquer les raisons de la non-diversification ou les motivations à la diversification des agriculteurs en agritourisme ;
- décrire les modes de communication de l'offre agritouristique ;
- comprendre les problématiques que peuvent rencontrer les randonneurs.

La connaissance de ces éléments est indispensable pour permettre la création d'offres agritouristiques innovantes adaptées aux pratiques, besoins et attentes des randonneurs du GR et vérifier ou infirmer nos hypothèses.

1.2 Une enquête qualitative

Au regard de ces objectifs, le choix de la méthodologie d'enquête a alors pu être défini. Le choix s'est tourné vers l'enquête qualitative (entretiens semi-directifs) pour de nombreuses raisons. L'entretien consiste à échanger avec un interlocuteur sur un certain nombre de

thèmes. Il permet de décrire, comprendre, expliquer les comportements, les pratiques ou les activités. Il permet également de recueillir les éléments sur les pratiques et les représentations des personnes interrogées. Ce mode d'enquête permet de recueillir une grande quantité d'informations approfondies, détaillées, contextualisées parmi lesquelles leurs points de vue, leurs idées et suggestions de l'enquêté¹⁷³. La méthode des entretiens semi-directifs a été retenue, car elle permet d'échanger avec un enquêté sur des thèmes présélectionnés dans le but de les approfondir. En parallèle, une enquête qualitative a été commandée par le Parc afin de connaitre le profil des randonneurs du GR.

1.3 Les risques et difficultés de l'enquête qualitative

Cette méthode nécessite un investissement important en termes de temps, à la fois pour l'enquêteur que pour l'enquêté. La difficulté peut également intervenir au moment de la recherche de personnes à interviewer, certaines peuvent être réticentes ou ne souhaitent pas être enregistrées. Le panel étant réduit, les données sont peu standardisables.

À travers ce mode d'enquête, l'enquêteur peut influencer les réponses (effet de biais) en raison de ses caractéristiques physiques ou personnelles visibles ou perçues (âge, sexe, apparence sociale...). Les opinions de l'enquêteur peuvent avoir un impact sur les réponses de l'enquêté (effet de modelage). De plus, les attentes de l'enquêteur (effet d'anticipation) ou la volonté de l'enquêté de vouloir faire plaisir à l'enquêteur (biais de désirabilité sociale) peuvent également avoir des répercussions sur les réponses (Berthier 2016, p. 70-72) ¹⁷⁴.

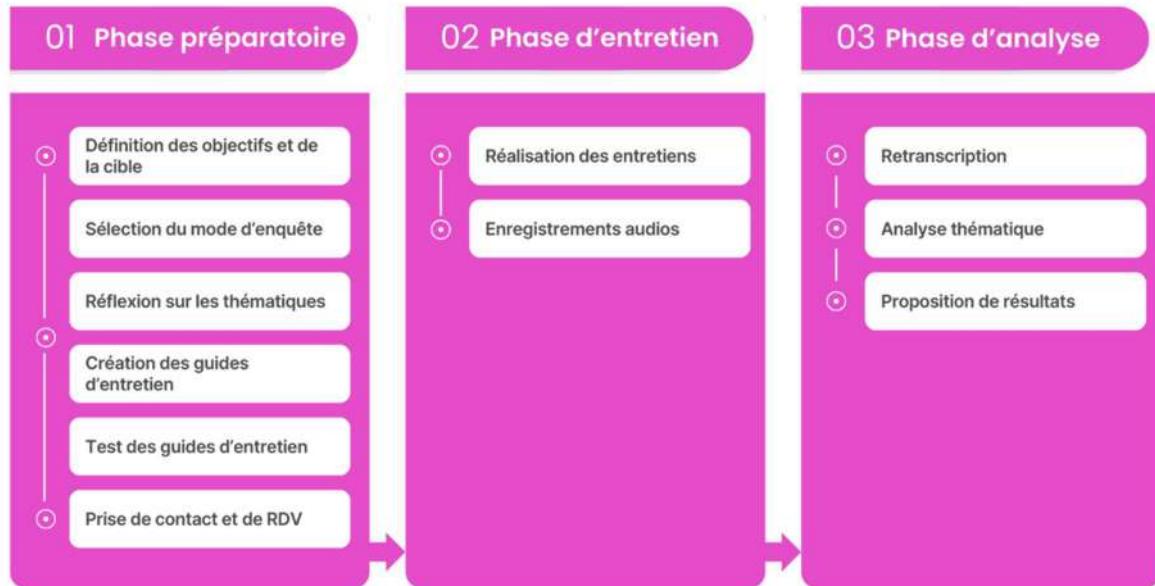
2. Préparation de l'enquête

Ce mode d'enquête a nécessité une préparation. Le schéma ci-dessous permet de visualiser les étapes de construction de l'enquête.

¹⁷³ Thiron Sophie, 2024, Études qualitatives

¹⁷⁴ Thiron Sophie, 2024, Études qualitatives

Figure 79 : Méthodologie d'enquête qualitative¹⁷⁵



2.1 Acteurs interrogés : une cible de professionnels

La cible des entretiens qualitatifs se divise en 3 grandes catégories :

Tableau 5 : Acteurs interrogés pour l'enquête qualitative¹⁷⁶

	Agriculteurs	Prescripteurs	Professionnels spécialisés
Acteurs	<ul style="list-style-type: none"> - Agritouristiques¹⁷⁷ - Non agritouristiques¹⁷⁸ 	<ul style="list-style-type: none"> - Office de tourisme - Hébergeurs situés à proximité du GR - Musée à thème - Épicerie 	<ul style="list-style-type: none"> - Chambre d'agriculture - Parc naturel régional Grands Causses

Le choix a été fait de ne pas interroger d'usagers du GR®736 mais d'interroger plutôt des acteurs en contact direct avec les randonneurs afin d'avoir des retours plus divers et plus nombreux.

¹⁷⁵ Marie Corniglion, 2025

¹⁷⁶ Marie Corniglion, 2025

¹⁷⁷ Agriculteurs proposant des prestations agritouristiques

¹⁷⁸ Agriculteurs ne proposant pas de prestations agritouristiques

Au total 12 entretiens ont été menés :

- 4 entretiens avec des agriculteurs, dont 2 avec des agriculteurs proposant une offre agritouristique ;
- 6 entretiens avec des prescripteurs, dont 3 avec des offices du tourisme ;
- 2 avec des professionnels de l'agritourisme ou de la randonnée.

Tableau 6 : Identification des entretiens¹⁷⁹

Catégorie d'acteurs		Numéro d'entretien
Agriculteurs	Agritouristiques	Entretien 3 : Ferme auberge Entretien 8 : Maraicher
	Non agritouristiques	Entretien 1 : Apiculteur Entretien 6 : Éleveur ovin
Prescripteurs	Offices du tourisme	Entretien 2 Entretien 4 Entretien 7
	Musée à thème	Entretien 5
	Épicerie	Entretien 11
	Hébergeur	Entretien 12
Professionnels	Parc des Grands Causses	Entretien 9
	Chambre d'agriculture	Entretien 10

Les entretiens se sont majoritairement déroulés sur les lieux de travail des différentes personnes interrogées et en face à face. Deux offices du tourisme ont proposé de venir directement au Parc pour répondre aux questions. L'entretien avec la Chambre d'agriculture a été effectué en visioconférence du fait de l'éloignement géographique.

Les rendez-vous avaient été pris au préalable par téléphone. La durée moyenne des entretiens est de 50 min. La durée des entretiens varie selon la disponibilité des personnes interrogées et selon la quantité d'informations recherchées.

2.2 Des informations spécifiques selon la catégorie d'acteurs

Chaque catégorie d'acteur a fait l'objet d'un guide d'entretien et/ou de questions spécifiques selon les domaines d'expertise (cf. Annexes S, T, U p 245, 250, 253) permettant d'obtenir des informations sur des thématiques différentes tout en laissant une certaine liberté d'expression à l'enquêté.

¹⁷⁹ Marie Corniglion, 2025

Tableau 7 : Informations recherchées au cours des entretiens selon la catégorie d'acteurs¹⁷⁹

Acteurs		Principales informations recherchées
Agriculteurs	Agritouristiques	<ul style="list-style-type: none"> - Motivations à la diversification - Acteurs ou structures ressources - Difficultés rencontrées lors de la diversification - Besoins pour améliorer ou développer l'activité touristique - Manière dont l'agriculteur communique sur l'offre - Projets agritouristiques envisagés pour le futur - Idées de produits agritouristiques à développer le long du GR
	Non Agritouristiques	<ul style="list-style-type: none"> - Raisons de la non-diversification en agritourisme - Intérêt éventuel pour développer un projet agritouristique dans le futur
Prescripteurs	Office de Tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Demandes en lien avec le GR - Besoins des randonneurs - Demandes relatives à l'agritourisme - Prestations agritouristiques disponibles sur le territoire - Mode de valorisation de l'offre agritouristique - Besoins pour améliorer ou développer l'activité touristique - Idées de produits agritouristiques à développer le long du GR
	Musée à thème	<ul style="list-style-type: none"> - Demandes en lien avec le GR - Besoins des randonneurs - Demandes relatives à l'agritourisme - Prestations agritouristiques disponibles sur le territoire - Mode de valorisation de l'offre agritouristique - Projets envisagés pour le futur du musée - Difficultés rencontrées par les agriculteurs
	Hébergeurs/ Épicerie	<ul style="list-style-type: none"> - Demandes en lien avec le GR - Besoins des randonneurs - Demandes relatives à l'agritourisme - Idées de produits agritouristiques à développer le long du GR
Professionnels spécialisés	Chambre d'agriculture	<ul style="list-style-type: none"> - Besoins des agriculteurs - Mode de communication de l'offre agritouristique - Acteurs ou structures ressources - Problématiques rencontrées par les agriculteurs lors de la diversification - Aides et accompagnements disponibles pour la diversification
	PNR	<ul style="list-style-type: none"> - Besoins des randonneurs

2.3 Des guides d'entretien spécifiques

Les guides d'entretien sont préparés en amont des entretiens. Ils comprennent une partie de présentation de l'enquêteur et d'introduction avec notamment le thème de l'entretien, le déroulé, la durée de l'entretien, la garantie de l'anonymat, la confidentialité des données et les droits liés au Règlement général sur la protection des données (RGPD). Il est également mentionné que la personne est libre de répondre ou de ne pas répondre et qu'il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses. Nous demandons l'autorisation d'enregistrer l'échange pour être libéré d'une prise de notes et être ainsi plus à l'écoute¹⁸⁰. Les questions ouvertes ont été privilégiées dans la mesure du possible afin de permettre à la personne interrogée de développer ses réponses.

Le guide est composé d'une première partie visant à mettre l'enquêté en confiance avec des questions de présentation puis des questions relatives aux différentes thématiques ont été posées. Le guide d'entretien n'a pas été suivi à la lettre et a été adapté en fonction de la conversation. En fin d'entretien, une question générale a été posée afin de demander si l'enquêté souhaite ajouter des éléments, puis la personne interrogée a été remerciée pour sa participation.

3. Méthode d'analyse des entretiens

Lors de la retranscription des entretiens, nous avions surligné les éléments importants afin de faciliter l'analyse. Puis, les entretiens ont fait l'objet d'une analyse thématique transversale. Ce type d'analyse consiste à identifier des catégories incluant des thèmes et des sous-thèmes évoqués dans les différents entretiens. Cela permet de faire ressortir les grandes tendances de l'ensemble des entretiens. L'analyse thématique a pu être effectuée à l'aide d'une grille d'analyse. Dans cette grille, nous avons mis en colonne nos thèmes et sous-thèmes et en ligne les verbatims des entretiens qui ont été récoltés.

¹⁸⁰ Thiron Sophie, 2024, Études qualitatives

Tableau 8 : Schéma de tableau d'analyse¹⁸¹

N° d'entretien	Thème 1			Thème 2			...
	Sous-thème 1	Sous-thème 2	...	Sous-thème 1	Sous-thème 2
Entretien 1	Verbatims	Verbatims	...	Verbatims	Verbatims
Entretien 2	Verbatims	Verbatims	...	Verbatims	Verbatims
Entretien 3
...

Au vu de la diversité de catégories d'acteurs interrogés et des informations recherchées, il est apparu nécessaire de créer un tableau d'analyse par catégorie d'acteurs.

L'analyse des entretiens a donné lieu à trois tableaux d'analyse dans lesquels différents grands thèmes ont pu être identifiés.

Tableau d'analyse des entretiens d'agriculteurs agritouristique

Thèmes

- L'exploitation agricole, naissance du projet d'agritourisme et motivations
- Développement du projet de diversification : rôles des acteurs et sources d'informations
- L'évolution du projet agritouristique
- Les difficultés et besoins liés à l'activité agritouristique
- La communication sur l'offre agritouristique

Tableau d'analyse des entretiens d'agriculteurs non agritouristique

Thèmes

- L'exploitation agricole
- Les difficultés de l'exploitation et de l'exploitant
- Des solutions pour réduire les difficultés
- Une légère activité agritouristique

¹⁸¹ Bessière Jacinthe, 2025, sociologie du patrimoine

- Quelques visiteurs qui viennent
- Pourquoi ne pas se diversifier en agritourisme ?
- De l'agritourisme ? pourquoi pas mais...

Tableau d'analyse des prescripteurs

Thèmes

- Comment un randonneur du GR®736 s'informe-t-il et s'oriente-t-il ?
- Les demandes et offres du territoire en matière d'agritourisme
- Les retours sur le GR
- Agritourisme et GR®736 : produits et offres imaginées
- Les craintes et les freins du randonneur

Ce premier chapitre a permis de poser les fondations méthodologiques de l'enquête terrain, en précisant ses objectifs. L'enquête qualitative a été privilégiée au vu des objectifs. Les risques et limites associés à ce type d'approche ont également été identifiés. Les acteurs cibles et les informations à recueillir selon leur profil ont été présentés. Nous avons également présenté notre méthodologie d'analyse d'entretiens.

Le chapitre suivant sera dédié à l'analyse et la synthèse des résultats obtenus.

Chapitre 2 : Analyse des entretiens : interprétation du tableau d'analyse transversale

Afin de répondre aux objectifs de la mission, d'apporter des éléments à la problématique et de vérifier les hypothèses formulées, une analyse des informations recueillies au cours des entretiens a été réalisée.

Ce chapitre sera consacré à l'analyse des entretiens avant de les confronter avec les hypothèses suivantes :

- La nécessité d'un accompagnement sur le long terme des projets agritouristiques à travers notamment des actions de mise en réseau ;
- Le développement de services agritouristiques, tels que des hébergements à la ferme et des offres de restauration pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance ;
- Renforcer ou mettre en place des stratégies de communication pour une meilleure visibilité de l'offre agritouristique le long du GR®736.

Chaque hypothèse sera analysée dans une partie dédiée du présent chapitre.

1. La nécessité d'un accompagnement sur le long terme des projets agritouristiques à travers notamment des actions de mise en réseau

L'analyse des entretiens a mis en lumière les difficultés rencontrées par les agriculteurs qui se diversifient dans l'agritourisme. Ils font face à deux types de difficultés. Dans un premier temps, ils sont confrontés aux difficultés inhérentes au début du projet. Puis, une fois le projet agritouristique lancé, ils font face à de nouvelles difficultés. C'est ce que nous avons pu constater à l'issue de l'analyse des entretiens.

1.1 Des agriculteurs qui expriment beaucoup de difficultés

Les agriculteurs ont exprimé différentes difficultés rencontrées au cours du développement de leur projet de diversification en agritourisme

1.1.1 Les difficultés rencontrées par les agriculteurs au début du projet agritouristique

Les difficultés principalement évoquées sont d'ordre technique. Par exemple : « *j'ai monté la ferme auberge tout de suite mais dans des conditions très difficiles parce qu'il y avait pas l'eau, il n'y avait pas le chemin* »¹⁸².

Certaines sont d'ordre administratif « *il y a un une aide, ça s'appelle dispositif unique, qui n'est pas négligeable hein, c'est une subvention. Et ça c'est un gros dossier quand même. Bon là du coup c'est juste administratif* » « *on a dû faire ça un peu seul parce que personne pouvait trop nous aider en fait, parce que c'était trop nouveau je pense, et ça, ça a pris 3 mois de paperasse quand même* »¹⁸³, ou encore juridique « *ça a été compliqué quand même parce qu'ils nous demandaient des normes un peu draconiennes au niveau de l'hygiène et tout ça. On a été un peu embêté.* »¹⁸⁴.

Il y a également les difficultés fiscales et celles liées à l'urbanisme qui s'ajoutent « *c'est d'entrée l'aspect réglementaire, c'est à dire ben déjà l'urbanisme déjà d'entrée, et puis on peut citer les aspects juridiques, fiscal, qui fait que l'agritourisme n'est pas traité comme sur les mêmes lignes que l'activité agricole.* »¹⁸⁵

Enfin, il y a les difficultés liées à la construction et à l'élaboration de l'offre agritouristique. « *avant d'attaquer la communication, par exemple, la semaine dernière ça a été de caler le circuit de visite. On en était très loin, hein. En en 2 jours de formation, il y en a certains qui avancent plus vite mais en fait, je suis restée sur la ferme quasi 3h30 pour arriver à la faire parler, à comprendre, qu'est ce qu'elle [l'agricultrice] voulait présenter.* »¹⁸⁶.

La Chambre d'agriculture évoque un manque de données agritouristiques importantes pour la réalisation d'études de marché préalables pour évaluer la faisabilité des projets agritouristiques.

¹⁸² Entretien 3

¹⁸³ Entretien 8

¹⁸⁴ Entretien 3

¹⁸⁵ Entretien 10

¹⁸⁶ Entretien 10

« Combien il y a de touristes qui vont à la ferme de base ? [...] sur tant de nuitées, combien il y a de plein de pourcentage [...] qui sont intéressés par les visites de fermes ? Ce chiffre, on le connaît pas [...], le panier moyen de combien je dépense en achat de produits fermiers et en visite de ferme ? Je sais pas c'est 30 €, 40 € ? [...] Mais ces chiffres, on les a pas, c'est-à-dire quelqu'un qui se lance aujourd'hui ben [...] on peut pas lui donner ça »¹⁸⁷

1.1.2 Les difficultés liées à la continuité du projet agritouristique

Les difficultés liées à la pérennité du projet, telles qu'elles ressortent des entretiens, témoignent des nombreux défis auxquels les agriculteurs doivent faire face une fois l'activité agritouristique lancée.

L'une des premières difficultés concerne la commercialisation de l'offre agritouristique de l'exploitation agricole. « Dans ce contexte, les difficultés c'est que c'est un gîte assez gros quand même. Enfin c'est 10 personnes. Et du coup, ça ne loue pas tant que ça quoi, ça loue pas beaucoup »¹⁸⁸. La maison de la cerise évoque un décalage entre la présence des cerises et celle des touristes « Ensuite, quand on a ouvert, on s'est vite aperçu ... Ben on s'est confronté au toujours au même problème, les cerises c'est en juin, les touristes ils arrivent en juillet, août et donc bon on leur parle de cerises mais un moment X il y en a plus »¹⁸⁹

Les entretiens ont également mis en évidence les difficultés liées au grand nombre de connaissances à acquérir pour se diversifier en agritourisme. « je me suis bien rendu compte quand même que c'est un métier quand même le tourisme. Donc y a plein de choses à apprendre. »¹⁹⁰ « Ils sont focus et pro sur leur métier d'agriculteur. Et puis là, on leur demande des qualités complètement différentes. » « il y a plein d'éléments à prendre en compte, il y a l'urbanisme juridique, le fiscal, les établissements accueillant du public, la sécurité [...] Si je suis EURL, en GAEC, en SCEA. Enfin, voilà, il y a plein de choses où la réglementation est pas la même, il faut acquérir de nouvelles compétences, tout ce qui est accueil, le sens de l'accueil, être disponible, tout ce qui est communication et traiter les objections sociétales. »¹⁹¹

¹⁸⁷ Entretien 10

¹⁸⁸ Entretien 3

¹⁸⁹ Entretien 5

¹⁹⁰ Entretien 8

¹⁹¹ Entretien 10

La partie communication de l'activité touristique pose également des difficultés aux agriculteurs proposant une prestation agritouristique. « *Notre gros point faible, c'est la communication* » « *on fait toujours la communication en dernier et au final c'est quasiment ça le plus important quoi.* » « *on connaît même pas trop les voies les communications qui marchent le plus* »¹⁹² « *j'en ai même des qui n'ont même pas de site internet.* »¹⁹³

1.1.3 *Un besoin d'accompagnement et d'échange avec d'autres agriculteurs*

Un des deux agriculteurs a émis le besoin d'être accompagné de manière régulière, sur le long terme, pour ses besoins en communication. Il a également mentionné le souhait de pouvoir échanger avec d'autres agriculteurs ayant développé une activité agritouristique depuis plusieurs années « *Donc on a eu un accompagnement et moi je trouve que l'accompagnement, il pourrait être plus long* », « *Moi j'ai encore plein de questions qui me viennent, qui me viennent en tête hein, [...] par rapport à la communication Hein. Moi je pense vraiment que c'est là où est-ce qu'on devrait se faire le plus accompagner plus longtemps sur la communication* », « *Moi ce serait un accompagnement régulier sur site ou par exemple hop, on va faire des photos des logements. Il doit y avoir des trucs à respecter pour faire des photos de qualité [...], comment est-ce qu'on les utilise, comment on les diffuse ?* », « *Et puis peut-être échanger avec des gens qui font ça depuis plusieurs années, qui ont un recul pour le coup et qui peuvent conseiller* » « *Avec les autres agriculteurs qui font de l'accueil à la ferme, on pourrait envisager. Et déjà on connaît pas les mecs déjà qui font de l'agritourisme* » « *le GR...s'il pouvait mettre en lien les différents agriculteurs qui proposent du tourisme, ça, ça pourrait être bien* »¹⁹⁴

1.2 Bilan de l'hypothèse

L'hypothèse selon laquelle “La nécessité d'un accompagnement sur le long terme des projets agritouristiques à travers notamment des actions de mise en réseau” est validée. Les entretiens ont démontré un réel besoin d'accompagnement des agriculteurs notamment en matière de communication et de mise en réseau. Les entretiens

¹⁹² Entretien 8

¹⁹³ Entretien 10

¹⁹⁴ Entretien 8

mentionnent les difficultés que rencontrent les agriculteurs aux différentes étapes de développement de leur projet. Parmi les difficultés évoquées, ressortent notamment les enjeux commerciaux, qui peuvent compromettre la viabilité économique des exploitations agritouristiques et entraîner, en cas de non-rentabilité, la disparition progressive de cette offre. La mise en réseaux des agriculteurs pourrait permettre un échange entre les agriculteurs développant une offre et ceux l'ayant développée. De plus, cette mise en réseau permettrait aux agriculteurs de développer ensemble de nouvelles offres. Un accompagnement sur le long terme ne suffira pas à lui seul à développer l'offre agritouristique du territoire. En revanche, il renforcerait la visibilité et la qualité des offres existantes, favorisant ainsi leur performance et leur pérennisation.

2. Le développement de services agritouristiques, tels que des hébergements à la ferme et des offres de restauration pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance

2.1 Les besoins des randonneurs en matière d'hébergements, de restauration et de ravitaillement

Les entretiens menés auprès de professionnels du tourisme ou de la randonnée ont permis d'identifier les besoins liés à l'hébergement et à la restauration.

Les randonneurs se renseignent prioritairement auprès des offices du tourisme sur l'hébergement « *Et ben en fait c'est souvent l'hébergement la question la plus importante* »¹⁹⁵ « *c'est essentiellement de la demande d'hébergement* » « *donc il y a la question, notamment, des aires de bivouac qui reviennent.* »¹⁹⁶ Les solutions de restauration ou de ravitaillement sont fortement demandées également « *Ça peut-être pour justement ce public-là [ceux qui bivouaquent] qui est souvent en autonomie complète ça va être les points de ravitaillement* » « *Nous en front-office on a, on a quand même des demandes qui sont plus exigeantes. Voilà, avec, OK, le panier à emporter, mais on veut aussi un vrai repas sous-entendu, chaud : entrée, plat, dessert donc la restauration, voilà.* » « *Et*

¹⁹⁵ Entretien 4

¹⁹⁶ Entretien 2

puis après le soir, ils veulent récupérer beaucoup d'énergie quoi donc ils préfèrent un repas plus complet. »¹⁹⁷

2.2 Les problématiques que rencontrent les randonneurs en itinérance

2.2.1 *Une difficulté autour de l'hébergement*

À de nombreuses reprises, la difficulté liée à l'hébergement a été évoquée. Les retours concernent à la fois les hébergements type gîte ou le bivouac. « *Si, après ce que j'ai entendu des randonneurs, c'est le manque d'hébergement, toujours pareil.* »¹⁹⁸ « *Ah ben, des problématiques, les questions qui peuvent se poser, c'est donc toujours lié à l'hébergement, donc il y a la question, notamment des aires de bivouac qui reviennent.* »¹⁹⁹

Concernant le bivouac, les acteurs évoquent surtout un manque de clarté sur sa définition. « *le bivouac, il reste flou pour les acteurs en termes de définition, ça veut dire, par extension d'aménagement possible.* »²⁰⁰ « *Ah bah c'est la problématique de prononcer le mot bivouac et d'avoir un discours cohérent, précis, qu'est-ce que je peux faire ? Pas faire ? Ou quand ? À quelle époque ? Pourquoi ? Sur quel parc ?* »²⁰¹

L'une des principales difficultés rencontrées par les itinérants, c'est la complexité à trouver des hébergements à la nuitée « *les besoins c'est la diversité d'hébergement, [...] il y en a mais les modèles économiques ne sont pas bons et pas adaptés à cette cible de clientèle. C'est-à-dire que c'est des locations à la semaine.* »²⁰² « *Il y a un vrai problème d'hébergement sur le GR quoi pour une nuit avec les hébergements sont là mais par contre ne veulent pas louer à la nuitée, et donc c'est 2 nuitées, donc ça correspond forcément pas* »²⁰³

¹⁹⁷ Entretien 2

¹⁹⁸ Entretien 9

¹⁹⁹ Entretien 2

²⁰⁰ Entretien 2

²⁰¹ Entretien 7

²⁰² Entretien 2

²⁰³ Entretien 7

L'accessibilité aux hébergements est parfois rendue difficile par la topographie du territoire et le manque éventuel d'infrastructures telles que des ponts. « *les campings ils sont sur la rive opposée donc si tu es pas à côté du pont eh ben tu peux pas traverser* ».

Enfin, il y a la saisonnalité qui peut poser certains problèmes avec des hébergements qui ne sont pas ouverts à certaines périodes de l'année. « *Les campings sont souvent fermés, ils ouvrent tard. Ça aussi où ça nous est arrivé d'accueillir dans le jardin une personne qui était... qui trouvait pas pour se loger et on l'a accueillie dans notre jardin quoi carrément* »²⁰⁴ « *sur la saisonnalité aussi des hébergements qui ben va porter un peu préjudice à quelqu'un qui voudrait le pratiquer sur la période hivernale, on va dire entre octobre et mars* »²⁰⁵

2.2.2 Des difficultés autour du ravitaillement

Les randonneurs ont des difficultés à trouver pour se ravitailler et se restaurer « *disons qu'ils trouvent pas grand chose sur le trajet, surtout dans ce coin-là question alimentation* »²⁰⁶ « *Après, c'est ce qui peut manquer à certaines périodes, c'est la petite épicerie* » « *Mais c'est vrai que l'épicerie est en gros manque. Voilà et restauration certains jours. Certains jours parce que certains jours en fait je sais plus quel jour c'est le mardi ou le mercredi, quasiment tous les restaurants à cette période-là, en été c'est plus pareil, mais ils sont tous fermés le même jour alors ils se retrouvent sans épicerie et sans restaurant.* »²⁰⁷

2.3 Des propositions de produits et services pour améliorer l'expérience des randonneurs du GR®736 par l'agritourisme

2.3.1 Des propositions très variées pour l'hébergement

Parmi les propositions qui ont été faites, l'idée de bivouaquer dans les jasses a été lancée « *ils ont leur duvet, ils sont capables de bivouaquer, donc juste là ils ont un truc en dur [...] pour retaper de vieilles jasses, faire des hébergeries où il y a pas forcément le confort d'un hébergement d'un gîte à la semaine mais au moins tu bivouaques donc t'as ton duvet, t'as ton casse-croûte, t'es autonome* », « *Finalement, les gens, ils préfèrent avoir un truc un peu*

²⁰⁴ Entretien 11

²⁰⁵ Entretien 7

²⁰⁶ Entretien 11

²⁰⁷ Entretien 12

*plus spartiate peut-être, mais avoir possibilité de trouver une étape sécurisée avec un toit en cas de mauvais temps, des toilettes, ne serait-ce que ça, des sanitaires. »²⁰⁸ Il a été proposé également d'avoir un hébergement sur le principe d'un refuge de montagne ou le gîte d'étape dans une ferme « *Mais je pense que s'il y avait à des endroits, des dortoirs, des gîtes, voilà, dortoirs avec juste une cuisine, des sanitaires. Je pense que ça fonctionnerait. Dans une ferme, oui, oui.* »²⁰⁹.*

Enfin, la proposition suivante suggère de permettre au randonneur d'arriver dans une ferme qui louerait des tentes montées et équipées, permettant ainsi d'alléger le randonneur d'une tente et de son duvet « *alors qu'on sait qu'on manque d'hébergement mais qu'on sait qu'il y a toujours une ferme à proximité, pouvoir voilà bivouaquer ou trouver un système comme Decathlon fait maintenant où tu loues des kits, tu peux louer des kits tentes, tentes-sac de couchage, et caetera hein, certaines aires le font et ça fonctionne très bien, et proposer du bivouac à la ferme, et ben tu peux manger sur place les produits Ben c'est gratuit... Enfin le système de France Passion, pour les vans hein ce principe là, mais en bivouac à la ferme quoi, tu achètes les produits aux producteurs, tu discutes avec lui* »²¹⁰.

2.3.2 Des propositions pour la restauration

Pour répondre aux besoins des randonneurs, plusieurs suggestions ont faites lors des entretiens. Un des enquêtés a émis l'idée de proposer des solutions permettant l'achat de produits issus des exploitations agricoles avec la possibilité d'emporter des paniers-repas « *il pourrait y avoir peut-être un panier ou un dépôt ou des produits et là ça pourrait être une espèce de pseudo boutique où on va chercher son panier à grignoter* »²¹¹, « *C'est pour ça que, à un moment donné, en effet, qu'il y ait déjà des ventes à la ferme, potentiellement avec l'emporté. Bon, il y a beaucoup de contraintes sur la chaîne du froid.* »²¹². Avec des fermes qui mettraient à disposition des produits d'autres fermes « *Qui font que peut être 3 producteurs accueillent et vendent sur place, mais chacun a ses produits chez le voisin de manière à étendre son réseau de distribution et de manière aussi à ce que chaque point*

²⁰⁸ Entretien 9

²⁰⁹ Entretien 11

²¹⁰ Entretien 7

²¹¹ Entretien 4

²¹² Entretien 2

*d'entrée soit vitrine du territoire. »*²¹³. Cette dernière idée permettrait également aux fermes de proposer, en plus de leurs propres productions, des produits complémentaires, créant ainsi une offre plus diversifiée. Enfin, l'idée d'un *click and collect* permettrait de mettre à disposition des produits de la ferme nécessaires à la composition d'un repas « *Comme un Click and Collect, aussi je me disais tu vois, tu viens chercher, t'as envie d'un petit déjeuner* » « *j'imagine un Click and Collect où tu récupères un voilà un petit déj ou une collation et où tu redéposes après évidemment tes déchets dans un endroit spécifique qui est recollecté par le service en question* »²¹⁴

2.4 Bilan de l'hypothèse

Les besoins des randonneurs en matière d'hébergement et de restauration ont été mis en évidence au travers, notamment, leurs demandes de renseignements auprès des offices de tourisme. Les entretiens réalisés ont permis de mieux comprendre les difficultés auxquelles ces randonneurs sont confrontés. Plusieurs idées ont été recueillies afin de répondre à ces attentes par l'agritourisme. Ces propositions, nombreuses et variées, viennent renforcer et valider l'hypothèse selon laquelle le développement de services agritouristiques autour de l'hébergement et la restauration peuvent améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance.

3. Renforcer ou mettre en place des stratégies de communication pour une meilleure visibilité de l'offre agritouristique le long du GR®736

3.1 Une offre agritouristique méconnue

3.1.1 *L'offre Bienvenue à la ferme : pas qualifiée et méconnue*

L'offre agritouristique du territoire est principalement représentée à travers le réseau Bienvenue à la Ferme, bien que ce dernier soit souvent méconnu. « *J'ai redécouvert, grâce à vous essentiellement, qu'il est géré aujourd'hui par la Chambre d'agriculture au travers de labels [...] Donc Bienvenue à la ferme c'est quand même bien représenté. Je vois là 17 résultats* » « *Voilà, après, en termes d'animation, je dois reconnaître qu'aujourd'hui, c'est*

²¹³ Entretien 2

²¹⁴ Entretien 7

quand même fait beaucoup, du coup, par les labels et donc je pense Magaly Bruel²¹⁵, aujourd'hui, elle est incontournable sur notre territoire »²¹⁶ « Et on va plus essayer d'aller piocher à droite à gauche, des fois, c'est des hasards aussi qui nous mettent sur la route »²¹⁷. L'offre agritouristique est décrite comme étant « Je dirais éparses et [...] et pas suffisamment qualifiée en tant que tel, en fait » « Ça va être en fait des petites infos qu'on va aller chercher à droite à gauche, mais y'a pas une source à part, peut-être le document [...] c'est Bienvenue à la Ferme qui va référencer à l'échelle de l'Aveyron où est-ce qu'on dort à la ferme ? Où est-ce qu'on mange à la ferme ? Quelles sont les fermes pédagogiques ? Où est-ce qu'on peut ramener des produits ? qui est peut-être, voilà le document le plus complet. Mais après, je trouve que ça manque, ça manque d'une unité. »²¹⁸.

3.1.2 Une coordination encore fragile autour de l'offre agritouristique mais qui se renforce

L'information concernant l'offre agritouristique ne parvient pas forcément aux offices du tourisme « *les actions qui sont portées par la Chambre, moi je les apprends soit a posteriori ou 15 jours avant un événement* », « *on perd du temps parce que ces actions-là il faut que je retourne sur le site Label pour voir que j'ai tel ou tel partenaire qui va pas m'informer, donc on va pas être dans le réseau de communication et puis voilà, on est informé a posteriori* ». Il y a des pratiques qui se mettent en place petit à petit sur le territoire pour associer les offices du tourisme dans l'agritourisme « *On est de plus en plus associé, on y était quand même, on est associé, mais je pense que c'est encore vert* ». « *Sur l'oenotourisme, ça s'est fait par l'ADAT, donc toujours bon.* » « *Pour l'instant, la Chambre d'agri, c'est plus difficile. Mais je vois que déjà en interne c'est compliqué donc, il me faut relativiser là-dessus, mais c'est vrai que travaillant avec l'ADAT depuis 10 ans c'est tout le contraire.* »²¹⁹

²¹⁵ Chambre d'agriculture

²¹⁶ Entretien 2

²¹⁷ Entretien 7

²¹⁸ Entretien 7

²¹⁹ Entretien 2

3.1.3 Une offre peu valorisée sur le terrain

Des visiteurs se sont également étonnés de la faible mise en valeur des fermes proposant de la vente directe, sur la signalétique routière « *ce qui me vient, c'est l'exemple de personnes qui étaient étonnées, avant de venir à l'Office de tourisme, d'avoir circulé en voiture un peu partout, et justement, contrairement à des territoires plus montagneux que chez nous où c'est indiqué ferme vente de ceci* ». L'office du tourisme souligne également la vétusté de la signalétique existante « *historiquement, y'a un circuit effectivement, y a encore des panneaux de signalétique routière fortement obsolète qui existent sur le circuit des fermes du Larzac* »²²⁰

3.2 Une réelle dynamique de la part des acteurs pour valoriser l'offre existante

Les offices de tourisme ont partagé de nombreuses idées qu'ils souhaiteraient mettre en œuvre pour valoriser l'agritourisme sur leur territoire. Parmi celles-ci, ils aimeraient « *dans l'idéal de pouvoir répondre facilement à qu'est-ce qu'on peut visiter, quand et qui est-ce qu'on peut rencontrer et qu'est-ce qu'on peut déguster ? Qu'est-ce qu'on peut ramener comme souvenir ? Voilà, ce serait une cartographie de ça déjà très simple.* ».²²¹

Ils souhaitent travailler plus étroitement en lien avec la Chambre d'agriculture « *Il y a déjà un réseau qui me semble quand même consistant de Bienvenue à la [...] et [il faut] voir qu'est-ce qu'on peut faire avec et en partenariat avec la Chambre d'agriculture* ». L'objectif de cette collaboration est que la Chambre soit « *un relais de communication sur l'existant* ».²²²

Parmi les actions envisagées pour valoriser l'offre agritouristique, les offices de tourisme ont exprimé leur volonté de mettre en avant les agriculteurs sur leur site internet « *la suite, ça va être moi de contacter les acteurs que j'ai repérés sur Bienvenue à la Ferme pour essayer de les valoriser sur mon site internet* » « *je vais avoir des pages dédiées avec des relais probablement sur l'œnotourisme, l'agritourisme* ». Pour cela, les offices de tourisme

²²⁰ Entretien 7

²²¹ Entretien 7

²²² Entretien 2

souhaitent rencontrer les agriculteurs Bienvenue à Ferme « *rencontrer tous ces gens-là, voir aussi leur comment dire... confirmer leur volonté d'accueillir du public. Parce que certains sont Bienvenue à la ferme et puis finalement c'est à la marge quoi. Ils veulent bien mais pas trop.* »²²³. Les offices veulent créer du contenu sur les agriculteurs ayant une offre agritouristique qui pourra être diffusé sur leurs supports de communication « *Moi ce qui m'intéresse, c'est des portraits [...] je veux pas que les gens viennent pour une prestation, je veux qu'ils viennent pour une rencontre.* »²²⁴ « *mettre en valeur via le site internet, [...] ça peut être des interviews. Moi j'ai très envie là de à chaque journée de faire une interview, filmer ou podcaster et enfin j'en sais rien sur... à chaque éleveur, mais ça, ça prend du temps. On est tout seul.* »²²⁵ « *donc des interviews, des portraits à partir de là on a une base de contenu, donc des photos, des films, et à partir de là on a une base de contenu qu'on peut déployer sur le site internet mais sur tous les réseaux sociaux* »²²⁶

Enfin, des actions en lien avec la presse sont envisagées « *Y a dans nos actions de communication, y a aussi de la gestion de la presse, donc c'est des articles de presse qui peuvent être faits ou des conférences, avec souvent nos relais, c'est les correspondants locaux. [...] Donc voilà, site web, la presse, les réseaux sociaux ...* »²²⁷. Des actions de communication dans le bureau d'information touristique sont envisagées « *c'est sûr, peut être ici aussi les valoriser avec un panneau "nos éleveurs rencontrerez" enfin j'en sais rien.... quelque chose comme ça* »²²⁸.

L'un des offices du tourisme a déjà engagé une action dans le but de valoriser l'offre agritouristique de son territoire et a ainsi « *développé des rendez-vous, là on va voir comment ça va se passer* ». « *On est allés les chercher, on leur a proposé autre chose que leur visite de ferme. On a associé des animations à la ferme en proposant un moment gourmand et une animation. Alors ça peut être contes, théâtres... Enfin la culture, visite, culture et moments gourmands* »²²⁹.

²²³ Entretien 2

²²⁴ Entretien 2

²²⁵ Entretien 4

²²⁶ Entretien 2

²²⁷ Entretien 2

²²⁸ Entretien 4

²²⁹ Entretien 4

3.3 Bilan de l'hypothèse

Les entretiens ont révélé un manque de structuration de l'offre agritouristique présente sur le territoire et les difficultés rencontrées par les offices de tourisme pour obtenir de l'information. Les entretiens montrent la mise en place d'une dynamique afin de fluidifier l'information et une réelle volonté de communiquer pour mettre en valeur l'offre agritouristique du territoire. Les actions de communication envisagées sont variées : site internet, presse, réseaux sociaux, panneaux... L'un des offices du tourisme a également créé un évènement pour valoriser son offre agritouristique. Au vu de ces résultats, l'hypothèse concernant la mise en place des stratégies de communication pour une meilleure visibilité de l'offre agritouristique le long du GR®736 est validée.

Les éléments développés dans ce chapitre à partir de nos entretiens ont permis de valider l'ensemble des hypothèses de notre étude. Notre première hypothèse a révélé les difficultés rencontrées par les agriculteurs tout au long du développement de leur projet agritouristique mais également après son lancement. Ces échanges révèlent un besoin d'accompagnement plus durable et structuré dans le temps. La seconde hypothèse a mis en évidence les besoins des randonneurs en matière de restauration et d'hébergement. Les idées de services recueillies pourraient améliorer l'expérience des randonneurs. Enfin, la dernière hypothèse a démontré une réelle motivation des acteurs du territoire à développer une communication dédiée à la valorisation de l'agritourisme.

Chapitre 3 : Préconisations pour un schéma de développement touristique centré sur l'amélioration de l'expérience des randonneurs du GR®736 et la valorisation de l'agritourisme

Ce chapitre est consacré à la mise en application des hypothèses de travail sur le territoire d'étude. Le premier point de ce chapitre est consacré au diagnostic constituant d'une interprétation des éléments recueillis au cours de la phase d'état des lieux (récolte de données préexistantes et entretiens). Le diagnostic se présente sous forme d'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces du territoire étudié. À l'issue de cette synthèse, une stratégie pourra être définie et permettra d'identifier les axes stratégiques principaux retenus pour le plan d'action. Enfin, un plan d'action réunissant les propositions émises au cours des entretiens sera présenté. Notons que ce chapitre est un travail préparatoire qui devra être par la suite présenté, construit et validé en commun avec les acteurs du territoire. Ce travail sera donc amené à évoluer avec les groupes de travail.

1. Un diagnostic favorable au développement d'une offre agritouristique pour améliorer l'expérience des randonneurs

Les éléments récoltés lors de l'état des lieux et des entretiens ont permis de réaliser un diagnostic du territoire mettant notamment en évidence les forces et les points d'amélioration du territoire en matière d'agritourisme et d'itinérance.

Tableau 9 : Diagnostic interne du territoire d'étude²³⁰

Forces	Points d'amélioration
L'offre agritouristique : <ul style="list-style-type: none"> - Une offre agritouristique plus conséquente que la moyenne (7,3 %) sur le GR - 62 % des exploitations agritouristiques sont situées dans un rayon de 20 min à pied du GR - Une forte présence de vente directe à la ferme - Une offre de camping à la ferme qui se développe au Viala du Tarn L'agriculture : <ul style="list-style-type: none"> - De nombreux produits de qualité (SIQO) - Des productions agricoles compatibles avec l'agritourisme Les produits et services liés à la randonnée <ul style="list-style-type: none"> - Un service de transports de bagages et de personnes (Malle Postale) Les acteurs : <ul style="list-style-type: none"> - Des acteurs du tourisme qui ont envie de valoriser davantage l'agritourisme - Une collaboration qui se renforce entre les Office de Tourisme et la Chambre d'agriculture - Des acteurs qui s'associent pour valoriser l'agritourisme Les outils : <ul style="list-style-type: none"> - Site de l'ADAT recensant les offres agritouristiques - Dynamique au niveau du département et de la région favorable au développement de l'agritourisme Itinéraire du GR et paysages : <ul style="list-style-type: none"> - Variété de paysages naturels et agricoles - Un territoire classé à l'UNESCO - Un parcours exceptionnel 	L'offre agritouristique : <ul style="list-style-type: none"> - Une absence d'offre agritouristique dans certaines communes - Une offre parfois éloignée du GR (Réquista) - Peu d'hébergement à la ferme Les produits et services liés à la randonnée <ul style="list-style-type: none"> - Un manque d'hébergement à la nuitée et d'information concernant le bivouac - Des campings qui ouvrent tard dans la saison - Un manque de lieux de ravitaillement et de restauration - Un manque de transports de retour au point de départ hors saison (de avril à juin et septembre) - Manque d'un support (site internet) regroupant toute l'information liée au GR Les acteurs : <ul style="list-style-type: none"> - Une coordination encore fragile entre les Office de Tourisme et la Chambre d'agriculture - Un manque d'accompagnement et de formations sur le long terme pour les agriculteurs diversifiés - Démarche de diversification longue à mettre en place - Manque de données nécessaires à la réalisation d'étude de marché pour des agriculteurs qui souhaitent se diversifier

Tableau 10 : Diagnostic externe du territoire d'étude²³¹

Opportunités	Menaces
<p>Un réseau interconnecté de GR :</p> <ul style="list-style-type: none"> - De nombreux GR convergent et empruntent le tracé du GR®736 dont le Chemin de Stevenson connu pour être parcouru avec un âne (agritourisme) <p>Les outils :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plateforme Régionale AgriTourisme (PRAT) pour aider les agriculteurs <p>L'offre agritouristique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des agriculteurs prêts à développer une offre agritouristique si la fréquentation du GR augmente 	<ul style="list-style-type: none"> - La diminution du nombre d'exploitations agricoles (-17,23 % entre 2010 et 2020) - Les contraintes législatives et fiscales liées à la diversification - Concurrence d'autres GR

Le GR®736 est un itinéraire récent, ce qui lui offre de nombreuses possibilités d'évolution. Il présente plusieurs atouts pour améliorer l'expérience des randonneurs grâce à une offre agritouristique. En effet, de nombreuses exploitations agricoles sont situées à proximité du sentier et proposent déjà des prestations touristiques. Cette proximité facilite la mise en place de services adaptés aux besoins des randonneurs. Le GR peut ainsi s'appuyer sur ses atouts pour se développer.

2. Préconisations et exemple de fiche action

2.1 La stratégie de territoire

Le diagnostic a permis de définir une stratégie en lien avec les hypothèses. Elle s'articule autour de deux grands axes comprenant des actions autour du GR®736 et de l'agritourisme.

- Axe 1 : Développer l'agritourisme, des offres et des services. Cet axe regroupe des propositions visant à renforcer l'offre agritouristique le long du GR. Il comprend :

²³⁰ Marie CORNIGLION 2025

²³¹ Marie CORNIGLION 2025

- Des actions à destination des agriculteurs pour les accompagner dans la mise en place de prestations touristiques (hébergement, visites, vente directe, etc.).
- Des idées d'initiatives à destination des randonneurs, afin d'améliorer leur expérience.
- Axe 2 : Développer les offres et services non agritouristiques du GR. Cet axe vise à suggérer des actions plus générales sur le GR sans qu'elles soient forcément en lien avec l'agritourisme. Ces actions ont également pour objectif de contribuer à améliorer l'expérience de l'utilisateur du GR®736.

Chaque axe, construit à partir des hypothèses, a pour objectif de proposer des actions améliorant l'expérience des randonneurs du GR®736. Ils rassemblent l'ensemble des pistes d'actions.

2.2 Un plan d'action à travailler en groupe de travail

Ce plan d'action provisoire a été élaboré à partir des entretiens réalisés. Il sera amené à évoluer et à être complété au fil des réunions de travail.

..... Axe 1 • Développer l'agritourisme, des offres et des services

1-ACTIONS À DESTINATION DES AGRICULTEURS

Objectifs 1 : Recenser l'offre agritouristique existante

Action 1 : Travailler à l'amélioration des circuits agritouristiques existants et développer la signalétique/panneaux d'information

Action 2 : Rencontrer les agriculteurs Bienvenue à la Ferme et s'assurer de leur volonté d'accueillir du public

Objectifs 2 : Identifier les exploitations agricoles et leurs productions

Action 3 : Recenser les exploitations agricoles situées dans les communes le long du GR

Action 4 : Identifier les exploitations agricoles souhaitant développer une offre agritouristique

Objectif 3 : Accompagner et informer les agriculteurs

Action 5 : Informer les agriculteurs des prestations qui pourraient être développées le long du GR et leur proposer un accompagnement technique et financier le cas échéant

Action 6 : Mettre en relation les agriculteurs pour organiser l'offre agritouristique

Action 7 : Créer d'un guide d'accompagnement pour les agriculteurs

Action 8 : Mettre en place un accompagnement et un suivi sur le long terme des projets agritouristiques

Action 9 : Recenser/organiser des formations destinées aux agriculteurs notamment en communication

Action 10 : Valoriser des ressources documentaires sur la diversification agricole auprès des agriculteurs

2-AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DES RANDONNEURS DU GR®736

Objectif 3 : Faciliter l'alimentation

Action 11 : Proposer des buffets de produits fermiers pour le dîner des randonneurs hébergés à la ferme

Action 12 : Mettre en place des paniers-repas fermiers à emporter pour les randonneurs

Action 13 : Développer une offre de paniers-repas à base de produits locaux disponibles en *click and collect*

Action 14 : Mettre en place un système de consigne pour les emballages des paniers-repas

Action 15 : Développer et compléter l'offre de produits alimentaires à la vente dans les fermes accueillant des randonneurs

Action 16 : Créer un catalogue des produits locaux disponibles dans les fermes

Action 17 : Valoriser les SIQO et les produits de saison dans les buffets et paniers-repas

Action 18 : Organiser la vente à distance des produits dégustés par les randonneurs dans les paniers-repas, *click and collect*, produits à la vente dans les fermes

Objectif 4 : Faciliter l'hébergement de randonneurs

Action 19 : Développer le bivouac à la ferme le long du GR®736

Action 20 : Développer le bivouac à la ferme avec location de tentes montées et équipées

Action 21 : Développer les dortoirs à la ferme

Action 22 : Développer les abris dans les patrimoines bâtis agricoles

Objectif 5 : Améliorer la mobilité des randonneurs pour rejoindre ou poursuivre leur itinéraire.

Action 23 : Créer d'un package multi-activités (marche, vélo, canoë) avec nuitée à la ferme

Action 24 : Création de séjours "clé en main" avec nuitées à la ferme sur les 17 étapes du GR®736

Objectif 6 : Promouvoir l'offre agritouristique du GR

Action 25 : Renforcer la communication sur l'agritourisme sur les sites internet et réseaux sociaux des Offices de Tourisme

Action 26 : Lancer une campagne promotionnelle sur GR®736 et ses services agritouristiques

Action 26 : Améliorer l'information sur les exploitations agritouristiques dans Hit Aveyron

Action 27 : Réaliser des audits Marque "Valeurs Parc" au sein des exploitations agricoles qui proposent des activités touristiques

Action 28 : Promouvoir les prestations agritouristiques sur le site du GR®736

Action 29 : Créer un filtre dédié aux prestations agritouristiques sur Hit Aveyron

Action 30 : Intégrer les offres agritouristiques dans le topoguide du GR®736

La seconde partie de ce plan d'action regroupe des initiatives plus transversales, centrées sur le GR®736 dans son ensemble. L'objectif de ces actions est de renforcer la notoriété de l'itinéraire et de valoriser l'offre agritouristique associée. Les actions proposées dans ce second axe sont issues d'éléments ressortant de l'état des lieux et du diagnostic. Elles s'inscrivent en complément des dispositifs déjà présentés et visent à soutenir le développement du GR et de l'agritourisme dans une logique d'amélioration de l'expérience des randonneurs.

..... Axe 2 • Développer les offres et services non agritouristiques du GR.....

Objectif 7 : Accompagner les professionnels

Action 31 : Travailler avec les restaurateurs et les épiceries pour réfléchir à une organisation collective

Objectif 3 : Faciliter l'alimentation

Action 32 : Encourager les hébergeurs à proposer des repas à emporter adaptés aux randonneurs

Action 33 : Encourager les hébergeurs à proposer des produits locaux à la vente

Objectif 4 : Faciliter l'hébergement de randonneurs

Action 34 : Recenser les hébergements ouverts à la nuitée et hors saison

Action 35 : Développer les options de couchage à la nuitée le long du GR®736

Action 36 : Développer des espaces de bivouac aux abords des villages du GR®736

Action 37 : Faciliter la réservation en ligne pour l'hébergement

Objectif 5 : Améliorer la mobilité des randonneurs pour rejoindre ou poursuivre leur itinéraire.

Action 38 : Recenser l'offre de transport entre les étapes du GR®736

Action 39 : Mettre en place une plateforme de déclaration de stationnement des véhicules des randonneurs en lien avec les autorités locales

Action 40 : Développer les solutions de transport hors saison vers et depuis les étapes du GR®736

Objectif 6 : Promouvoir l'offre et les services du GR

Action 41 : Développer le site internet du GR®736 pour améliorer l'information sur les offres et services

Action 42 : Ajouter un filtre "Hébergements à la nuitée situés sur le GR®736" sur Hit Aveyron

Action 43 : Communiquer sur la possibilité de parcourir le GR®736 en plusieurs étapes

Action 44 : Communiquer sur la multimodalité du GR®736

Action 45 : Communiquer sur les solutions de transport vers et depuis les étapes du GR®736

Action 46 : Intégrer une publicité pour le site internet du GR®736 dans le topoguide

Ce plan d'action constitue une première base de travail à enrichir en concertation avec l'ensemble des partenaires concernés. Les actions seront priorisées et un calendrier de mise en œuvre défini. Enfin, des réunions de travail permettront de définir le contenu des fiches actions et d'étudier la faisabilité des actions.

2.3 Modèle de fiche action

Un modèle de fiche action sera présenté dans ce point. La construction de cette fiche reposera sur l'action 3 du plan d'action : Recenser les exploitations agricoles situées dans les communes le long du GR. Ce recensement est un élément indispensable pour la mise en œuvre des actions suivantes.

Fiche action 3 : Recenser les exploitations agricoles situées dans les communes le long du GR	
Objectif de l'action :	<ul style="list-style-type: none"> Connaitre la position de l'exploitation (géolocalisation) par rapport au GR Connaitre les productions des exploitations pour les valoriser par la suite Connaitre les points de vente des exploitations
Descriptif	<p>Effectuer le recensement des exploitations agricoles situées dans les communes traversées par le GR®736. Grâce au récemment agricole, nous connaissons le nombre d'exploitations par commune.</p> <p>Pour localiser et identifier les sièges d'exploitations, deux solutions s'offrent à nous :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demande de renseignements auprès des mairies. - Rencontre des producteurs sur les marchés de producteurs et magasins de producteurs <p>La Chambre d'agriculture contactera les exploitations et recueillera leur accord pour la communication de leurs données avec le Parc. En effet, la Chambre d'agriculture a déjà été sollicitée à ce sujet, mais n'a pas pu transmettre ces informations en raison des contraintes liées au règlement général de protection des données (RGPD).</p>
Cible de l'action	Agriculteurs
Porteur de l'action	Parc Naturel Régional des Grands Causses
Échéance de mise en œuvre de l'action	Janvier 2026
Condition de mise en œuvre	Mobilisation d'un(e) agent du Parc et d'un véhicule
Budget	Salaire de l'agent Frais de déplacement
Indicateurs de retombées	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de communes contactées Nombre d'exploitations recensées Pourcentage d'exploitations situées à proximité du GR Nombre d'exploitations avec potentiel agritouristique identifiées

3. Méthodologie d'un travail de concertation pour valider un plan d'action et des fiches actions

Nous allons maintenant proposer une méthodologie de travail pour le déroulé des groupes de travail. Les groupes de travail ont pour objectif de concevoir et réaliser un projet à partir de l'association des compétences des différents acteurs du territoire et de la réflexion collective.

3.1 La constitution du groupe de travail

Les groupes de travail sont constitués de l'ensemble des acteurs impliqués dans le projet. Une grande diversité d'acteurs sont concernés et seront invités à participer au groupe de travail.

Figure 80 : Acteurs publics et privés impliqués dans le développement du GR

Acteurs groupe de travail GR®736



© Marie CORNIGLION 2025

3.2 Objectifs et déroulé

La réunion de l'ensemble des acteurs permettra de présenter l'ensemble du diagnostic, de le compléter et le valider.

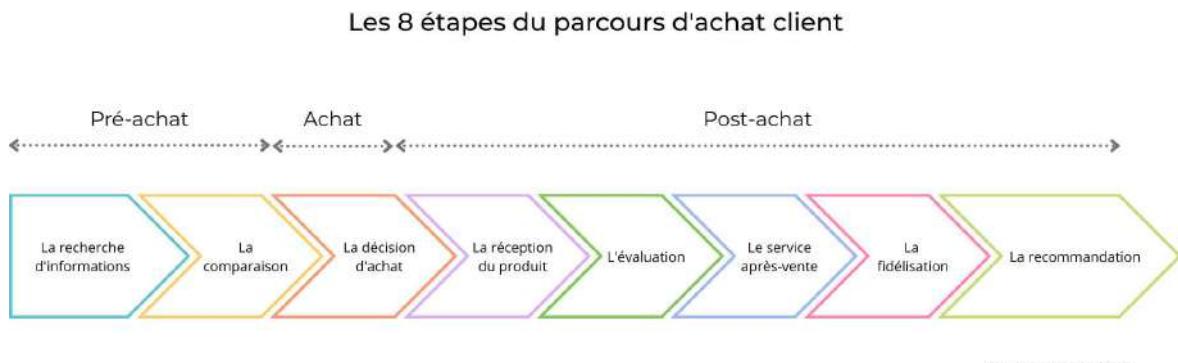
Ils seront invités à identifier des objectifs et des actions stratégiques pour le plan d'action afin de le faire évoluer. Enfin, les fiches actions seront complétées. Les actions prioritaires seront définies ainsi que le calendrier de réalisation.

Pour les différents ateliers, de petits groupes seront constitués de 8 personnes maximum en veillant à la diversité des professions. Les groupes seront animés par un agent du Parc des Grands Causses qui veillera à ce que chacun puisse exprimer son idée. Chaque groupe travaillera à tour de rôle sur chacun des ateliers.

3.3 Les différentes étapes du parcours client randonneur

Le groupe de travail débutera par la présentation de l'état des lieux et du diagnostic. Enfin des ateliers seront organisés. Les acteurs présents participeront à un brainstorming sur différentes thématiques. Les thématiques choisies sont basées sur les éléments qui compose un voyage/séjour d'un visiteur : l'hébergement, la restauration/alimentation, les transports centrés autour de l'activité, l'itinérance sur le GR. L'objectif est de réfléchir collectivement à chaque thématique, en se plaçant du point de vue de l'utilisateur tout au long de son parcours (avant, pendant et après son séjour), en suivant les huit étapes du parcours d'achat. Cette démarche vise à mieux comprendre les comportements des clients afin d'améliorer et faciliter leur expérience.

Figure 81 : Les 3 temps du parcours client en 8 étapes²³²



Pour cela 3 ateliers différents auront lieu : un sur l'hébergement, un sur la restauration/l'alimentation et un sur les transports.

²³² E Marketing, 2023, Les 8 étapes du parcours d'achat client, <https://www.e-marketing.fr/Thematique/experience-1295/experience-client-2240/Breves/Quelles-sont-les-etapes-du-parcours-d-achat-client--382894.htm>, 13 juillet 2023, consulté le 28 août 2025.

Tableau 11 : Atelier 1 autour de l'hébergement²³³

Étapes	Besoins du randonneur en matière d'hébergement	Comment améliorer l'expérience du randonneur ? / Comment lui donner ce dont il a besoin ?	Comment améliorer l'expérience du randonneur par l'agritourisme ?
Avant le séjour	- ... - ...	- ... - ...	- ... - ...
Pendant le séjour			
Après le séjour			

Tableau 12 : Atelier 2 autour de la restauration/alimentation²³⁴

Étapes	Besoins du randonneur en matière de restauration/alimentation	Comment améliorer l'expérience du randonneur ? / Comment lui donner ce dont il a besoin (offre ou service) ?	Comment améliorer l'expérience du randonneur par l'agritourisme ?
Avant le séjour	- ... - ...	- ... - ...	- ... - ...
Pendant le séjour			
Après le séjour			

Tableau 13 : Atelier 3 autour des transports²³⁵

Étapes	Besoins du randonneur En matière de transport	Comment améliorer l'expérience du randonneur ? / Comment lui donner ce dont il a besoin ?	Comment améliorer l'expérience du randonneur par l'agritourisme ?
Avant le séjour	- ... - ...	- ... - ...	- ... - ...
Pendant le séjour			
Après le séjour			

²³³ Marie CORNIGLION, 2025

²³⁴ Marie CORNIGLION, 2025

²³⁵ Marie CORNIGLION, 2025

Les idées retenues à l'issue du *brainstorming* pourront faire l'objet d'actions. Le plan d'action sera présenté lors d'une nouvelle réunion du groupe de travail dédiée à élaborer les fiches actions.

Ce chapitre a présenté la synthèse du diagnostic réalisé sur le terrain d'étude. Il a identifié les atouts et les points d'amélioration dans l'objectif de développer l'agritourisme et enrichir ainsi l'expérience des randonneurs du GR.

Il a permis d'élaborer un plan d'action provisoire qui sera travaillé et complété par les acteurs du territoire.

Conclusion de la partie 3

Cette troisième partie, en trois chapitres, a présenté la méthodologie d'enquête ainsi que les étapes nécessaires à l'élaboration d'un plan d'action.

Le premier chapitre a exposé la méthodologie de l'enquête terrain retenue en fonction des objectifs fixés. Les entretiens qualitatifs ont été privilégiés et ont été menés auprès d'une cible composée de professionnels. L'enquête agrémentera l'état des lieux. La méthode d'analyse des entretiens a été explicitée. Le second chapitre était dédié à la vérification des hypothèses. Les douze entretiens menés ont permis de faire émerger de nombreux éléments, contribuant à la validation des trois hypothèses formulées. Chacune d'elles a mis en lumière les difficultés rencontrées, les besoins exprimés, ainsi que les solutions envisagées pour y répondre.

Enfin, le dernier chapitre s'est attaché à présenter le diagnostic du territoire, élaboré à partir de l'état des lieux. L'état des lieux a été réalisé grâce à la collecte des données existantes (cf. Chapitre 3 : Les spécificités agricoles et agritouristiques du terrain d'étude, p 138) et des entretiens. Le diagnostic met notamment en évidence les points fort du territoire d'étude, ses points d'amélioration, les opportunités qu'il peut saisir ainsi que les menaces auxquelles il fait face pour le développement de l'agritourisme sur le GR®736. Ce chapitre a présenté également des préconisations pour le territoire sous forme de plan d'action stratégique pour améliorer l'expérience des randonneurs du GR®736, par l'agritourisme entre autres. Le travail de ce dernier chapitre doit être présenté aux acteurs du territoire afin d'être complété de manière collective. Pour cela, une méthodologie spécifique a été proposée pour la poursuite de l'étude avec des groupes de travail.

Conclusion générale

Ce mémoire portait sur l'étude de l'agritourisme comme un levier d'amélioration de l'expérience itinérante sur le GR®736. La question initiale « Comment articuler agritourisme et itinérance au service du développement touristique d'un territoire de montagne ? » a permis de définir, à travers une revue de littérature, les concepts principaux de ce mémoire.

Ainsi, la montagne a été définie comme un espace dont l'altitude, les conditions climatiques et les fortes pentes limitent ou contraignent le développement de certaines activités comme l'agriculture. L'agritourisme a été défini, l'offre de cette activité et sa présence en montagne ont été étudiées. L'agritourisme correspond à l'ensemble des produits touristiques liés à l'agriculture selon Agnès Durrande-Moreau. L'agritourisme prend plusieurs formes avec des activités pratiquées à la ferme et des activités hors ferme (cf. p 57). Enfin, la randonnée s'est révélée être une pratique multiforme variant selon la durée de la marche. Le marché de la randonnée a été étudié, 3 profils de randonneurs ont pu être dégagés en fonction de l'intensité de la pratique.

Ces premières recherches et, plus particulièrement, les missions confiées dans le cadre d'un stage au sein du Parc naturel régional des Grands Causses, nous ont amenés à nous poser une nouvelle question : Comment l'agritourisme peut-il être développé de manière innovante pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance sur le GR®736 Gorges et Vallée du Tarn ? Pour tenter de répondre à cette question, trois hypothèses ont été formulées :

- La nécessité d'un accompagnement sur le long terme des projets agritouristiques à travers notamment des actions de mise en réseau ;
- Le développement de services agritouristiques, tels que des hébergements à la ferme et des offres de restauration, pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance ;
- Renforcer ou mettre en place des stratégies de communication pour une meilleure visibilité de l'offre agritouristique le long du GR®736.

Ces hypothèses ont été testées sur la partie Aveyronnaise du GR®736. Les trois hypothèses ont pu être validées à l'issue d'une enquête qualitative. En complément de l'état des lieux

du terrain d'étude, l'enquête a contribué à l'élaboration d'un diagnostic. Ce dernier, complété par les éléments issus des entretiens, a permis d'établir une stratégie de développement en lien avec les hypothèses. Enfin, un plan d'action a été proposé ainsi qu'une méthodologie de travail dans le but de compléter de manière collective le diagnostic et le plan d'action. Une fiche action a été rédigée à titre d'exemple, les autres devront être élaborées dans le cadre d'un travail collaboratif mené en partenariat avec les acteurs du territoire.

Une étude commandée par le Parc permettra de mieux connaître la clientèle du GR®736 et servira à affiner le plan d'action. Ce dernier comprend des mesures destinées à l'accompagnement des agriculteurs dans le développement de leurs projets agritouristiques, des initiatives pour améliorer l'expérience des randonneurs sur les thématiques de l'hébergement, de la restauration, des transports et des actions visant à faciliter l'accès à l'information concernant le GR®736.

« L'agritourisme semble avoir un grand potentiel et pourrait devenir l'une des tendances majeures du tourisme à l'avenir. »²³⁶

²³⁶ Durrande-Moreau Agnès, 2018, « Transformation numérique de l'entreprise // délégation de service public - tourisme, loisirs & culture | Tourisme et agriculture. Vers une nouvelle définition de l'agritourisme », novembre 2018, n° 345, (coll. « Revue Espaces »), p. 120-126.

Bibliographie

ABDEL KHIATI, 2019, *Memento du tourisme*, 2018^e éd., Ivry-sur-Seine, Direction générale des entreprises, 148 p.

AGENCE FRANÇAISE DE L'INGÉNIERIE TOURISTIQUE, 2001, *Patrimoine rural: exploitation et valorisation touristique : panorama de l'offre*, Paris, Agence française de l'ingénierie touristique (coll. « Cahiers de l'AFIT »), 146 p.

AGENCE FRANÇAISE DE L'INGÉNIERIE TOURISTIQUE, 1993, *La randonnée pédestre en France*, Lieu de publication inconnu, éd. Thétys, 103 p.

AGRESTE, LA STATISTIQUE AGRICOLE, 2024, « Fiche territoriale détaillée RA 2020 « Aveyron » ».

AGRESTE, LA STATISTIQUE AGRICOLE, 2022a, « Fiche territoriale synthétique RA 2020 « PNR des Grands Causses » ».

AGRESTE, LA STATISTIQUE AGRICOLE, 2022b, *Les productions de l'Aveyron concentrées sur les exploitations bovines et ovines - Agreste Etudes n°13 - Aveyron - Juillet 2022*, https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/agreste_etudes_ra2020_aveyron_19072022.pdf, juillet 2022.

AGRESTE, LA STATISTIQUE AGRICOLE, 2021a, *Occitanie : 2ème région agricole de France - Agreste Études n°7 - Décembre 2021*, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/occitanie-2eme-region-agricole-de-france-agreste-etudes-no7-decembre-2021-a6671.html> , décembre 2021, consulté le 10 mars 2025.

AGRESTE, LA STATISTIQUE AGRICOLE, 2021b, *Exploitation agricole definition*, <https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/methodon/D-Exploitation%20agricole/methodon/> , 24 novembre 2021, consulté le 3 août 2025.

AGRESTE, LA STATISTIQUE AGRICOLE, 2020, *Infographies*, <https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/pages/infographies/> , 2020, consulté le 3 août 2025.

AGRESTE PRIMEUR, 2013, « Diversification des activités - recensement agricole 2010 ».

AGRITOURISME ET DÉVELOPPEMENT LOCAL, 1995, *Agritourisme et développement local: mercredi 7 juin 1995, amphithéâtre Liard - La Sorbonne*, Marmilhat, ENITA (coll. « Collection Actes 3 »), 140 p.

ANCT - AGENCE NATIONALE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES, *Politique des massifs*, <https://anct.gouv.fr/programmes-dispositifs/politique-des-massifs#actions-de-l-anct>, consulté le 22 août 2025.

ANNES Alexis et BESSIÈRE Jacinthe, 2019, *Dans la fabrique des transitions écologiques : permanence et changements I agriculteurs et agricultrices en transition : l'accueil à la*

ferme, voie de diversification agricole et alimentaire, Pages 231-258., Paris, L'Harmattan (coll. « Sociologies et environnement »), 317 p.

ASSEMBLÉE NATIONALE, 2010, *FICHE QUESTION*, <https://questions.assemblee-nationale.fr/q13/13-86676QE.htm> , 17 août 2010, consulté le 4 mai 2025.

ASSOCIATION DE PRÉFIGURATION DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 1994a, *Projet du Parc naturel régional des Grands Causses: projet de charte, septembre 1994*, 38 boulevard de l'Ayrolle - Millau, 201 p.

ASSOCIATION DE PRÉFIGURATION DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 1994b, *Projet du Parc naturel régional des Grands Causses: documents complémentaires au projet de charte, septembre 1994*, Millau, 82 p.

ASSOCIATION DE VALORISATION DE L'ESPACE CAUSSES ET CÉVENNES, 2011, *Les Causses et les Cévennes Paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen - candidature à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco*, s.l., 184 p.

ATOUT FRANCE, 2019a, *Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre*, https://www.atout-france.fr/fr/actualites/les-clienteles-du-tourisme-de-randonnee-pedestre?utm_source=chatgpt.com , 12 mars 2019, consulté le 30 décembre 2024.

ATOUT FRANCE, 2019b, *Communiqué de presse - Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre*, https://www.atout-france.fr/sites/default/files/imce/cp_etude_randonnee_pedestre.pdf , 12 mars 2019, consulté le 18 mai 2025.

ATOUT FRANCE, 2019c, *Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais*, Paris, 188 p.

ATOUT-FRANCE, 2012, *Panorama du tourisme de la montagne: cahier numéro 1, l'offre et la fréquentation*, Edition 2012-2013., Paris, Atout France - 2012 (coll. « Observation touristique 1777-4012 31 »), 186 p.

AVEYRON ATTRACTIVITÉ ET TOURISME, 2024a, « Une économie ancrée dans l'avenir ».

AVEYRON ATTRACTIVITÉ ET TOURISME, 2024b, *Tableau de bord fréquentation touristique - période du 01/01/2024 au 31/12/2024*, <https://www.aveyron-attractivite.fr/observatoire/tourisme/tableau-de-bord-frequentation-touristique/> , 2024, consulté le 21 juin 2025.

BAECQUE Antoine de, 2016, *Une histoire de la marche*, Paris, Perrin, 373 p.

BAUD Pascal, BOURGEAT Serge et BRAS Catherine, 2015, *Dictionnaire de géographie*, 5e édition., Paris, Hatier (coll. « Initial »), 607 p.

BAZIN Sylvain, 2020, *La France des GR*, Grenoble, Glénat, 191 p.

BERTHIER Nicole, 2016, *Les techniques d'enquête en sciences sociales: méthodes et exercices corrigés*, 4e édition., Paris, Armand Colin (coll. « Cursus »), 350 p.

BÉTEILLE Roger, 1996, *Le tourisme vert*, Paris, Presses universitaires de France - Vendôme (coll. « Que sais-je ? 3124 »), 127 p.

BLIECK Alain, s.d., *PALÉOZOÏQUE ou ÈRE PRIMAIRE*, <https://www.universalis.fr/encyclopedie/paleozoique-ere-primaire/>, s.d., consulté le 18 novembre 2023.

BOUNACEUR Amel, 2017, *Diversification agricole : guide juridique pour les porteurs de projets*, Paris, Réseau CIVAM-Campagnes vivantes, 80 p.

BRISEBARRE Anne-Marie, FABRE Patrick, LEBAUDY Guillaume, et ASSOCIATION FRANÇAISE DE PASTORALISME RENCONTRE NATIONALE AUTEUR, 2009, *Sciences sociales, regards sur le pastoralisme contemporain en France: [actes de la rencontre nationale, 13 novembre 2008, Montpellier]*, Die Saint-Martin-de-Crau [Laudun, Association française de pastoralisme Maison de la transhumance Cardère éd, 143 p.

BRUNET Roger, THÉRY Hervé et FERRAS Robert, 2006, *Les mots de la géographie: dictionnaire critique*, 3e édition revue et Augmentée., Montpellier, GIP Reclus (coll. « Collection Dynamiques du territoire »), 518 p.

CHAMBRES D'AGRICULTURE FRANCE, 2025, *Découvrez la plateforme DataSIQO*, https://chambres-agriculture.fr/actualites/actualite/dcouvrez-la-plateforme-datasiqo?utm_source=chatgpt.com, 4 avril 2025, consulté le 11 avril 2025.

CLASTRES Geneviève, 2018, *10 ans de tourisme durable*, Bourg-lès-Valence, Voyageons-autrement.com, 391 p.

COMITÉ SYNDICAL DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2023, « STATUTS DU SYNDICAT MIXTE D'AMENAGEMENT ET DE GESTION DU PARC NATUREL REGIONAL DES GRANDS CAUSSES validés au Comité syndical du 24/11/2023 validés au Comité syndical du 24/11/2023 ».

CONSEIL RÉGIONAL OCCITANIE, 2018, « Contrat Grand Site Occitanie Millau – Roquefort - Sylvanès ».

CONSERVATOIRE DU LITTORAL, 2025a, *Les sites du conservatoire*, https://www.conservatoire-du-littoral.fr/sites-du-littoral/5-les-sites-du-littoral.htm?MOTS_CLES=&SIL_SYCLAD_REGION=&SIL_SYCLAD_DEPARTEMENT=&SAQ_COMMUNE=&idtf=5&op=SIL_SYCLAD_LIBELLE+asc&cp=3da13d53d3eb6083276a&mp=20&Fp=LANCER_RECHERCHE, 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

CONSERVATOIRE DU LITTORAL, 2025b, *Délagation de rivages Lacs*, <https://www.conservatoire-du-littoral.fr/106-delagation-de-rivages-lacs.htm>, 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

CONSERVATOIRE DU LITTORAL, 2025c, *Qu'est-ce que le Conservatoire du littoral ?*, <https://www.conservatoire-du-littoral.fr/279-qu-est-ce-que-le-conservatoire-du-littoral-.htm>, 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

CRTL OCCITANIE, 2017, *Guide des labels du tourisme : plus d'attractivité et plus de performance pour nos destinations*, Toulouse, 128 p.

CRTL OCCITANIE - OBSERVATOIRE RÉGIONAL DE L'AGRITOURISME, 2024, *Enquêtes auprès de la filière agritourisme en Occitanie - rapport de synthèse*, https://crtlanguedoc-my.sharepoint.com/personal/observatoire_crtoccitanie_fr/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fobservatoire%5Fcrtoccitanie%5Ffr%2FDocuments%2FOBSERVATOIRE%20AGRITOURISME%2FWEBINAIRE%5F03122024%2FRAPPORT%5FEnque%CC%82tes%20AgriTourisme%5FOccitanie%5F03122024%2Epdf&parent=%2Fpersonal%2Fobservatoire%5Fcrtoccitanie%5Ffr%2FDocuments%2FOBSERVATOIRE%20AGRITOURISME%2FWEBINAIRE%5F03122024&ga=1 , 3 décembre 2024, consulté le 11 avril 2025.

CRTL OCCITANIE - PROS, 2025, *Le dispositif Grands Sites Occitanie Sud de France*, <https://pro.tourisme-occitanie.com/plateforme-de-services/labels-et-dispositifs/le-dispositif-grands-sites-occitanie-sud-de-france/> , 2025, consulté le 29 juin 2025.

DATA INPI, 2025a, *PARC NATUREL REGIONAL DES GRANDS CAUSSES (Marques)*, <https://data.inpi.fr/marques/FR96618421?q=#FR96618421> , 6 juin 2025, consulté le 8 juin 2025.

DATA INPI, 2025b, *VALEURS PARC NATUREL REGIONAL (Marques)*, <https://data.inpi.fr/marques/FR4266096?q=#FR4266096> , 23 mai 2025, consulté le 27 mai 2025.

DÉLÉGATION PERMANENTE DE LA FRANCE AUPRÈS DE L'UNESCO, 2024a, *Sites français inscrits au Patrimoine mondial*, <https://unesco.delegfrance.org/Sites-francais-inscrits-au-Patrimoine-mondial-4866> , 30 juillet 2024, consulté le 2 mai 2025.

DÉLÉGATION PERMANENTE DE LA FRANCE AUPRÈS DE L'UNESCO, 2024b, *Les biens français inscrits au patrimoine culturel immatériel*, <https://unesco.delegfrance.org/Les-biens-francais-inscrits-au-patrimoine-culturel-immateriel> , 12 mars 2024, consulté le 4 mai 2025.

DIRECTION INTERMINISTÉRIELLE DE LA TRANSFORMATION PUBLIQUE, 2023, *Design de services publics*, <https://www.modernisation.gouv.fr/accompagner-les-administrations/laboratoires-interministeriels-dinnovation/design-de-services> , 21 avril 2023, consulté le 25 juillet 2025.

DRAAF OCCITANIE, 2025, *Fiches de données détaillées Métropole, région Occitanie et ses départements*, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/fiches-de-donnees-detaillees-metropole-region-occitanie-et-ses-departements-a9060.html> , 21 février 2025, consulté le 9 août 2025.

DRAAF OCCITANIE, 2024, *Itinéraires agri-culturels*, <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/itineraires-agri-culturels-r1024.html> , 21 juin 2024, consulté le 13 avril 2025.

DREAL OCCITANIE, 2023, *Les Causses et les Cévennes - Inscription à la liste du patrimoine de l'Unesco*, <https://www.occitanie.developpement-durable.gouv.fr/les-causses-et-les-cevennes-a5663.html> , 27 février 2023, consulté le 28 juin 2025.

DURRANDE-MOREAU Agnès, COURVOISIER François H. et BOCQUET Anne Marie, 2017, « Le nouvel agritourisme intégré, une tendance du tourisme durable », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 12 mai 2017, vol. 36, n° 1.

FABRY Nathalie, 2011, « L'agritourisme : enjeux socio-économiques et impacts touristiques », *Juristourisme : le mensuel des acteurs du tourisme & des loisirs*, 2011, vol. 137, p. 20-22.

FÉDÉRATION DES CONSERVATOIRES D'ESPACES NATURELS, 2025a, *Les 5 missions des Conservatoires*, <https://reseau-cen.org/les-5-missions-des-conservatoires/> , 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

FÉDÉRATION DES CONSERVATOIRES D'ESPACES NATURELS, 2025b, *Annuaire des conservatoires Archive*, <https://reseau-cen.org/annuaire/> , 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

FÉDÉRATION DES CONSERVATOIRES D'ESPACES NATURELS, 2025c, *Notre histoire*, <https://reseau-cen.org/notre-histoire/> , 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2025a, *Prévention des incendies : randonneurs, restons vigilants !*, <https://www.ffrandonnee.fr/s-informer/actualites/prevention-des-incendies-randonneurs-restons-vigilants> , 14 juillet 2025, consulté le 20 août 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2025b, *Les randonnées itinérantes dans les parcs nationaux*, <https://www.ffrandonnee.fr/s-informer/actualites/les-randonnees-itinerantes-dans-les-parcs-nationaux> , 10 février 2025, consulté le 9 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2025c, *Chiffres clés des itinéraires 2025*, <https://www.ffrandonnee.fr/chiffres-cles-des-itineraires-2025> , 17 janvier 2025, consulté le 10 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2024a, *Le balisage des itinéraires de randonnée*, <https://www.ffrandonnee.fr/randonner/sentiers/le-balisage-des-itineraires-de-randonnee?docid=7263> , 7 octobre 2024, consulté le 11 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2024b, *Le balisage des itinéraires de randonnée*, <https://www.ffrandonnee.fr/randonner/sentiers/le-balisage-des-itineraires-de-randonnee> , 7 octobre 2024, consulté le 10 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2024c, *Mémento Féderal - Réglementation des activités de marche et de randonnée*, <https://www.ffrandonnee.fr/disciplines/les-disciplines/reglementation-des-activites-de-marche-et-de-randonnee> , septembre 2024.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2024d, *Notre histoire*, <https://www.ffrandonnee.fr/la-federation/qui-sommes-nous/notre-histoire> , 12 juin 2024, consulté le 9 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2023, *Quelle signalétique sur les sentiers européens ?,* <https://www.ffrandonnee.fr/s-informer/actualites/quelle-signalétique-sur-les-sentiers-europeens>, 21 janvier 2023, consulté le 11 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2022a, *Les 18 plus beaux GR® de France à faire en randonnée,* <https://www.ffrandonnee.fr/s-informer/actualites/les-18-plus-beaux-gr-de-france-a-faire-en-randonnee>, 23 août 2022, consulté le 10 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2022b, « Mémento Féderal - Réglementation des activités de marche et de randonnée ».

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2021, *Animateur de rando : bien gérer la canicule,* <https://www.ffrandonnee.fr/s-informer/sante/animateur-de-rando-bien-gerer-la-canicule>, 17 juin 2021, consulté le 20 août 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2020, *Guide pratique de cotation des randonnées pédestres - Effort, Technicité, Risque, avec la FFRandonnée, estimatez la difficulté de vos rando !,* <https://www.ffrandonnee.fr/Media/Default/Documents/randonner/Guide-cotation-ffrandonnee-2020.pdf>, 2020, consulté le 11 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2019, « Charte officielle balisage signaletique ».

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2015, *Procédure d'homologation d'un itinéraire en GR® ou GR® de Pays,* <https://www.ffrandonnee.fr/Media/Default/Documents/federation/espace-professionnels/guide-d-homologation-d-un-itin%C3%A9raire-en-gr-ou-gr-de-pays.pdf>, 2015, consulté le 11 mai 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, 2014, *Etat des lieux de la randonnée pédestre en France,* <https://www.ffrandonnee.fr/Media/Default/Images/anciennes-actualites/RdvsActus/files/national/Actus/enquête-rando-FFRandonnée-sportlabgroup-version-public-2014.pdf>, 10 avril 2014, consulté le 19 août 2025.

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, s.d, « Fiche technique PDIPR ».

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE, LES ACCOMPAGNATEURS EN MONTAGNE, CLUB ALPIN FRANCAIS, et GRANDE TRAVERSÉ DES ALPES, 2010, « De l'itinérance aux pratiques itinérantes : vers un nouveau tourisme ? (Les différentes formes d'itinérance) ».

FISCHESSER Bernard, 1982, *La vie de la montagne*, Paris, Chêne, 255 p.

FRANCE COMMISSARIAT GÉNÉRAL DU PLAN, 1999a, *L'évaluation de la politique de la montagne. volume II. rapport de l'instance d'évaluation*, Paris, La documentation française, 407+815 p.

FRANCE COMMISSARIAT GÉNÉRAL DU PLAN, 1999b, *L'évaluation de la politique de la montagne. volume I. rapport de l'instance d'évaluation*, Paris, La documentation française, 406 p.

FRANCE MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE, 2001, *Guide de valorisation du patrimoine rural*, Paris, Ministère de l'agriculture, 176 p.

GIRAN Jean-Pierre, 2003, *Les parcs nationaux: une référence pour la France, une chance pour ses territoires : rapport au Premier ministre*, Paris, la Documentation française (coll. « Collection des rapports officiels »), 103 p.

GÎTES DE FRANCE, 2002, « Tout savoir tout connaitre guide du createur ».

GRANDS SITES DE FRANCE, 2025a, *Le label Grand Site de France et les sites labellisés*, <https://grandsitedefrance.com/label> , 14 avril 2025, consulté le 20 août 2025.

GRANDS SITES DE FRANCE, 2025b, *Carte membres rgsf*, <https://www.grandsitedefrance.com/images/stories/pdf/cartes/carte-membres-rgsf.pdf> , février 2025.

GRANDS SITES DE FRANCE, 2025c, *Bonne année 2025 !*, <https://www.grandsitedefrance.com/actus/771-bonne-annee-2025> , janvier 2025, consulté le 20 août 2025.

IGN, 2024, *BD CARTO® / Géoservices*, <https://geoservices.ign.fr/bdcarto> , 2024, consulté le 13 août 2025.

INA, 2020, *Agriculteurs au quotidien # L'agritourisme*, https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/s974969_001/agriculteurs-au-quotidien-l-agritourisme , 6 mai 2020, consulté le 29 décembre 2023.

INAO, 2025a, *Délimitation des aires-géographiques des SIQO*, <https://www.data.gouv.fr/datasets/delimitation-des-aires-geographiques-des-siqo> , 12 août 2025, consulté le 13 août 2025.

INAO, 2025b, *Aires et produits AOC/AOP et IGP*, <https://www.data.gouv.fr/organizations/institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite-ino> , 11 mars 2025, consulté le 3 août 2025.

INAO, 2025c, *1905-1935 : les prémisses des appellations d'origine : une réponse aux crises alimentaires et viticoles*, <https://www.inao.gouv.fr/histoire-1905-1935> , 2025, consulté le 26 avril 2025.

INAO, 2025d, *Histoire*, <https://www.inao.gouv.fr/histoire> , 2025, consulté le 26 avril 2025.

INAO, 2025e, *Indication géographique protégée (IGP)*, <https://www.inao.gouv.fr/igp-indication-geographique-protegee> , 2025, consulté le 26 avril 2025.

INAO, 2025f, *Appellation d'origine protégée / contrôlée (AOP / AOC)*, <https://www.inao.gouv.fr/aop-appellation-origine-protegee> , 2025, consulté le 27 avril 2025.

INAO, 2025g, *Les procédures d'instruction et guides du demandeur*, <https://www.inao.gouv.fr/procedure-instruction> , 2025, consulté le 27 avril 2025.

INAO, 2025h, *Rechercher un produit* / INAO, https://www.inao.gouv.fr/rechercher-un-produit?f%5B0%5D=filières_categories_produits%3A39116 , 2025, consulté le 27 avril 2025.

INAO, 2025i, *Appellation d'origine protégée / contrôlée (AOP / AOC)*, <https://www.inao.gouv.fr/aop-appellation-origine-protegee> , 2025, consulté le 26 avril 2025.

INAO, 2025j, *Label Rouge*, <https://www.inao.gouv.fr/label-rouge> , 2025, consulté le 27 avril 2025.

INAO, 2025k, *Spécialité traditionnelle garantie (STG)*, <https://www.inao.gouv.fr/stg-specialite-traditionnelle-garantie> , 2025, consulté le 27 avril 2025.

INAO, 2017, *Les Signes d'Identification de La Qualité et de l'Origine (SIQO)*, https://www2.inao.gouv.fr/content/download/1345/13439/version/3/file/1-presentation_SIQO_V201701.pdf , 2017, consulté le 11 avril 2025.

INAO, 2016, *Entrer dans une démarche sous SIQO : comment faire ?*, <https://www.inao.gouv.fr/produire-sous-siqo> , 2016.

INSEE, 2017, *Insee Dossier Auvergne-Rhone-Alpes L'économie des zones de montagne*, https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/2882138/ar_ind_01.pdf , 2017, consulté le 27 janvier 2024.

INSEE, 2016, *Définition - Agriculture*, <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1225> , 13 octobre 2016, consulté le 21 novembre 2023.

INTERREG SUDOE, 2024, *AgroTour SUDOE*, <https://interreg-sudoe.eu/fr/proyecto-interreg/agrotour-sudoe/> , 11 novembre 2024, consulté le 6 juillet 2025.

INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE NATUREL (INPN), 2025a, *INPN - Cartes et informations géographiques - ESPACES PROTEGES : Parcs naturels régionaux*, <https://inpn.mnhn.fr/telechargement/cartes-et-information-geographique/ep/pnr> , janvier 2025, consulté le 29 mars 2025.

INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE NATUREL (INPN), 2025b, *INPN - Espaces protégés - Présentation générale*, <https://inpn.mnhn.fr/programme/espaces-proteges/presentation> , janvier 2025, consulté le 8 juin 2025.

INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE NATUREL (INPN), 2025c, *INPN - Bilan des espaces protégés en France*, <https://inpn.mnhn.fr/espace/protege/stats> , janvier 2025, consulté le 8 juin 2025.

INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE NATUREL (INPN), 2025d, *Natura 2000 - Les objectifs d'un réseau européen ambitieux*, <https://inpn.mnhn.fr/programme/natura2000/presentation/objectifs> , 2025, consulté le 4 avril 2025.

INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE NATUREL (INPN), 2024a, *Listes des indicateurs espaces*, <https://inpn.mnhn.fr/espace/protege/indicateur/recherche> , août 2024, consulté le 5 avril 2025.

INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE NATUREL (INPN), 2024b, *INPN - Cartes et informations géographiques - ESPACES PROTEGES : Réserves nationales de chasse et faune sauvage*, <https://inpn.mnhn.fr/telechargement/cartes-et-information-geographique/ep/rncfs> , février 2024, consulté le 9 mars 2025.

INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE NATUREL (INPN), 2020, *INPN - Cartes et informations géographiques - ESPACES PROTEGES : Réserves biologiques*, <https://inpn.mnhn.fr/telechargement/cartes-et-information-geographique/ep/rb> , octobre 2020, consulté le 9 mars 2025.

IRQUALIM, 2019, *Les produits SIQO - Institut Régional Qualité Agroalimentaire*, <https://irqualim.fr/les-siqo/> , 2019, consulté le 13 avril 2025.

JACQUES SGARD, GRAHAL, et ASSOCIATION DE VALORISATION DE L'ESPACE CAUSSES ET CÉVENNES, 2010, *Les Causses et les Cévennes Paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen - Exposé synthétique de la candidature à l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco*, s.l., 34 p.

JACQUET-MONSARRAT Hélène, 2002, *La montagne*, Paris, la Documentation française (coll. « Territoires en mouvement »), 95 p.

JADÉ Mariannick, 2006, *Le patrimoine immatériel: perspectives d'interprétation du concept de patrimoine*, Paris, Budapest (coll. « Muséologies »), 277 p.

JEAN Yves et PÉRIGORD Michel, 2009, *Géographie rurale: la ruralité en France*, Paris, Armand Colin (coll. « 128 Géographie, géopolitique »), 126 p.

JUGUET Isabelle et GÉRIN-GRATALOUPE Anne-Marie, 2021, *Géographie, tourisme et territoires*, Paris, Nathan (coll. « Repères pratiques 32 »), 159 p.

JUGUET Isabelle et PEYROUTET Claude, 2015, *Le tourisme en France*, Paris, Nathan (coll. « Repères pratiques 32 »), 159 p.

JULIEN Michèle, s.d, *Ère tertiaire - Classification thématique*, <https://www.universalis.fr/classification/sciences-de-la-terre/geologie/geologie-historique/temps-geologiques/cenozoique/ere-tertiaire/> , s.d, consulté le 18 novembre 2023.

JURISTOURISME, 2017, *Chiens de protection des troupeaux et tourisme de randonnée*, Dalloz., s.l., vol.203.

KULESZA Vincent, 2015, *Mémento de la faune protégée des Alpes-Maritimes / coordination Vincent Kulesza,...*, s.l., Office national des forêts ; Conservatoire des espaces naturels PACA, 148 p p.

LARDON Sylvie, MOQUAY Patrick et POSS Yves, 2007, *Développement territorial et diagnostic prospectif - rélections autour du viaduc de Millau*, Éditions de L'Aube., s.l., (coll. « Monde en cours (dirigée par Jean Viard) »).

LE BRAS Hervé et SCHMITT Bertrand, 2020, *Métamorphose du monde rural: agriculture et agriculteurs dans la France actuelle*, Versailles, Éditions Quae, 150 p.

LÉGIFRANCE, 2025, *Titre VI: Accès à la nature (Articles L360-1 à L365-1)*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006074220/LEGISCTA000006143744/#LEGISCTA000006143744, 11 mai 2025, consulté le 11 mai 2025.

LÉGIFRANCE, 2024, « Décret n° 2024-335 du 10 avril 2024 portant renouvellement de classement du parc naturel régional des Grands Causses ».

LÉGIFRANCE, 2023, *Article L414-1 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000045211073, 1 janvier 2023, consulté le 4 avril 2025.

LÉGIFRANCE, 2022, « Article L411-1 A Inventaire du patrimoine naturel - Code de l'environnement ».

LÉGIFRANCE, 2021a, « Décret n° 2021-1611 du 10 décembre 2021 portant classement de la réserve intégrale forestière d'Arc-Châteauvillain dans le cœur du parc national de forêts ».

LÉGIFRANCE, 2021b, « Décret n° 2021-1148 du 4 septembre 2021 portant création de la réserve intégrale de Roche Grande dans le cœur du parc national du Mercantour ».

LÉGIFRANCE, 2021c, *Article L331-3 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000042017273, 1 avril 2021, consulté le 29 mars 2025.

LÉGIFRANCE, 2021d, *Article L333-1 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000042017264, 1 avril 2021, consulté le 15 mars 2025.

LÉGIFRANCE, 2017a, *Article R333-4 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000035172206/2020-10-27, 13 juillet 2017, consulté le 14 mars 2025.

LÉGIFRANCE, 2017b, *Article R333-3 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000035172195, 13 juillet 2017, consulté le 15 mars 2025.

LÉGIFRANCE, 2017c, « Article - Vocabulaire de l'agriculture (liste de termes, expressions et définitions adoptés) - JORF n°0142 du 18 juin 2017 Texte 55 ».

LÉGIFRANCE, 2017d, *Vocabulaire de l'agriculture (liste de termes, expressions et définitions adoptés)* - *JORF n°0142* - *Texte n° 55*, https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000034952454, 18 juin 2017, consulté le 5 avril 2025.

LÉGIFRANCE, 2016a, « Article 3 - Loi n° 85-30 du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne ».

LÉGIFRANCE, 2016b, « Article 5 - Loi n° 85-30 du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne ».

LÉGIFRANCE, 2016c, « LOI n° 2016-1888 du 28 décembre 2016 de modernisation, de développement et de protection des territoires de montagne (1) ».

LÉGIFRANCE, 2016d, *Article L331-1 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000033035766 , 8 août 2016, consulté le 29 mars 2025.

LÉGIFRANCE, 2010, *Article L331-2 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000022482565 , 14 juillet 2010, consulté le 29 mars 2025.

LÉGIFRANCE, 2007, « Décret n° 2007-757 du 9 mai 2007 portant classement de la réserve intégrale des îlots de Port-Cros dans le cœur du parc national de Port-Cros ».

LÉGIFRANCE, 2005a, *Article R333-1 - Code de l'environnement*, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006837550/2010-07-14 , 5 août 2005, consulté le 14 mars 2025.

LÉGIFRANCE, 2005b, « Article L145-7 - Code de l'urbanisme ».

LÉGIFRANCE, 1995a, « Décret no 95-705 du 9 mai 1995 portant création de la réserve intégrale de Lauvitel dans le Parc national des Ecrins ».

LÉGIFRANCE, 1995b, « Décret du 6 mai 1995 portant classement du parc naturel régional des Grands-Causses (Midi-Pyrénées) ».

LÉGIFRANCE, 1988, *Publications officielles - Journal officiel - JORF n° 0288 du 10/12/1988 (accès protégé)*, <https://www.legifrance.gouv.fr/download/securePrint?token=QkUYSVi28BbgACjVPzR9> , 10 décembre 1988, consulté le 11 mai 2025.

LÉGIFRANCE, « Chapitre II : Aménagement et protection de la montagne (Articles L122-1 à L122-27) - Code de l'urbanisme ».

LÉGIFRANCE, « Arrêté du 20 septembre 1993 relatif à la terminologie de l'agriculture- ».

LES PLUS BEAUX VILLAGES DE FRANCE, 2025, « Dossier Presse ».

MAB-FRANCE, 2025a, *Le programme MAB de l'UNESCO*, <https://www.mab-france.org/fr/le-mab-unesco/le-programme-mab-de-lunesco> , 2025, consulté le 29 mars 2025.

MAB-FRANCE, 2025b, *Les Réserves de biosphère françaises*, <https://www.mab-france.org/fr/les-reserves-de-biosphere/les-reserves-de-biosphere-francaises> , 2025, consulté le 29 mars 2025.

MAB-FRANCE, 2021, *Vous avez dit Réserve de biosphère ?*, <https://www.mab-france.org/fr/les-reserves-de-biosphere/vous-avez-dit-reserve-de-biosphere> , 2021, consulté le 29 mars 2025.

MERLIN Pierre, 2007, *Tourisme et aménagement touristique : des objectifs inconciliables ?*, Nouvelle édition., Paris, La Documentation française (coll. « Les Études de la Documentation française 5268-69 »), 231 p.

MERLIN Pierre, 2006, *Le tourisme en France : enjeux et aménagement*, Paris, Ellipses (coll. « Carrefours »), 159 p.

MERVEILLEUX DU VIGNAUX Pierre, 2003, *L'aventure des Parcs nationaux: la création des Parcs nationaux français, fragments d'histoire*, Montpellier, Atelier technique des espaces naturels, 223 p.

MINISTÈRE AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE TRANSITION ÉCOLOGIQUE, 2021, *Les protections des espaces naturels terrestres et marins en France en 2021*, <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/les-protections-des-espaces-naturels-terrestres-et-marins-en-france-en-2021> , 3 septembre 2021, consulté le 5 avril 2025.

MINISTÈRE DE LA CULTURE, 2023, *Les biens français inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco*, <https://www.culture.gouv.fr/fr/thematiques/monuments-sites/monuments-historiques-sites-patrimoniaux/les-biens-francais-inscrits-sur-la-liste-du-patrimoine-mondial-de-l-unesco> , 21 septembre 2023, consulté le 2 mai 2025.

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES, 2022, *Loi relative au développement et à la protection de la montagne (Loi Montagne)*, <https://www.ecologie.gouv.fr/loi-relative-au-developpement-et-protection-montagne-loi-montagne> , 22 août 2022, consulté le 20 février 2024.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION, 2020, « Enquête statistique obligatoire questionnaire confidentiel - recensement agricole 2020 », 2020, p. 34.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE, 2024, *Aides aux exploitations : classement en zone défavorisée*, <https://agriculture.gouv.fr/aides-aux-exploitations-classement-en-zone-defavorisee> , 19 avril 2024, consulté le 13 avril 2025.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE, 2023, *Qu'est-ce que l'ICHN ?*, <https://agriculture.gouv.fr/quest-ce-que-lichn> , 8 mars 2023, consulté le 13 avril 2025.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE, 2022a, *Agritourisme : tous à la ferme !*, <https://agriculture.gouv.fr/agritourisme-tous-la-ferme> , 24 mai 2022, consulté le 12 octobre 2023.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE, 2022b, *Bien connaître les signes de l'origine et de la qualité*, <https://agriculture.gouv.fr/bien-connaître-les-produits-de-lorigine-et-de-la-qualité> , 7 avril 2022, consulté le 11 avril 2025.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE, 2022c, *Bien connaître les signes de l'origine et de la qualité*, <https://agriculture.gouv.fr/bien-connaître-les-produits-de-lorigine-et-de-la-qualité> , 7 avril 2022, consulté le 26 avril 2025.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE, 2020a, *Le recensement agricole, un outil essentiel pour dresser un panorama de l'agriculture française*, <https://agriculture.gouv.fr/le-recensement-agricole-un-outil-essentiel-pour-dresser-un-panorama-de-lagriculture-française> , 9 octobre 2020, consulté le 9 août 2025.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE, 2020b, *Vidéo - Recensement agricole 2020 : comment cela va-t-il se passer ?*, <https://agriculture.gouv.fr/video-recensement-agricole-2020-comment-cela-va-t-il-se-passar> , 9 mars 2020, consulté le 9 août 2025.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION, 2022, *Communes de montagne - data.gouv.fr*, <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/communes-de-montagne-30383014/> , 28 juin 2022, consulté le 17 février 2024.

MINISTÈRE DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE, DE LA RURALITÉ ET DES COLLECTIVITÉS et CONSEIL NATIONAL DE LA MONTAGNE, 2017, *Un nouveau pacte entre la nation et la montagne*, s.l.

MINISTÈRE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE, 2024, *AOP-AOC, IGP, AB... : les labels de qualité dans l'alimentation*, <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/aop-aoc-igp-stg-labels-certification-alimentation> , 8 novembre 2024, consulté le 27 avril 2025.

MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT DE L'ENERGIE ET DE LA MER, 2017, *Patrimoine Mondial au Ministère de l'Environnement - Un réseau d'acteurs au service de territoires d'exception*, https://objectif-paysages.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2021-01/Guide%20Patrimoine%20Mondial%20MTES_janvier_2017.pdf , janvier 2017, consulté le 4 mai 2025.

MINISTÈRES AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE TRANSITION ÉCOLOGIQUE, 2022, *Réseau européen Natura 2000*, <https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/reseau-europeen-natura-2000> , 14 novembre 2022, consulté le 4 avril 2025.

NATURA 2000 VALLÉE DE L'HÉRAULT, 2025, *Le réseau européen*, <https://valleeherault.n2000.fr/découvrir-natura2000/le-reseau-europeen> , 2025, consulté le 4 avril 2025.

NOTRE-ENVIRONNEMENT, 2020, *Les mesures de protection et de restauration de la biodiversité*, <https://www.notre-environnement.gouv.fr/themes/biodiversité/article/les-mesures-de-protection-et-de-restauration-de-la-biodiversité> , 21 juillet 2020, consulté le 9 mars 2025.

NOTRE-ENVIRONNEMENT, 2019, *Les dispositifs français de protection des espaces naturels*, <https://www.notre-environnement.gouv.fr/> , 16 mai 2019, consulté le 9 mars 2025.

OCCITANIE TOURISME OBSERVATOIRE, 2024, *La fréquentation des Parcs - Nuitées touristiques tous modes d'hébergements confondus - Zone observée : Parc naturel régional des Grands*

Causses du 01/01/2024 au 31/12/2024, <https://outils.crtloccitanie.org/obs-parc> , 2024, consulté le 21 juin 2025.

OFFICE NATIONAL DES FORÊTS (ONF), 2025, *Les forêts publiques, des écosystèmes précieux à préserver*, <https://www.onf.fr/onf/communes-et-collectivites/+24::les-forets-publiques-des-ecosystemes-precieux-preserver.html> , 13 janvier 2025, consulté le 9 mars 2025.

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2025a, *Marque Valeurs Parc*, <https://www.parc-grands-causses.fr/marque-valeurs-parc> , 15 mai 2025, consulté le 15 mai 2025.

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2025b, « Rapport d'activité 2024 ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2025, *GR736® Gorges et Vallée du Tarn - Rando Grands-Causses*, <https://rando.parc-grands-causses.fr/trek/50455-GR736%C2%AE-Gorges-et-Vallee-du-Tarn> , 2025, consulté le 5 juillet 2025.

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2024, « Parc Naturel Régional des Grands Causses - Charte 2024-2039 ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2024a, « Rapport d'activité 2023 ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2024b, « Charte 2024-2039 ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2024c, « Annexe Charte 2024-2029 ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2023a, « Dossier de candidature appel à projet Massif central / Pôles de nature 2023 ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2023b, « GR®736 Gorges et Vallées du Tarn - Dossier de presse ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2022, « Délibération PNRGC n° 2022-031 du Comité syndical du 10 juin 2022 - Attribution de la marque Valeurs du Parc naturel régional des Grands Causses ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2020a, « Rapport d'activité 2019 ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2020b, « Atlas des paysages ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2014a, « Les dossiers du parc - Les avants-causses : fertilité et abondance ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2014b, « Les dossiers du parc - Les Causses des plateaux arides ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES, 2014c, « Les dossiers du parc - Le rougier de Camarès : un territoire irrigué ».

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES et RICHARD ANDRÉ, 2005, *Le Parc naturel régional des Grands Causses*, s.l., Midi Libre.

PARCS NATIONAUX DE FRANCE, 2025, *Règlementation dans les parcs nationaux de France*, <https://www.parcsnationaux.fr/fr/des-decouvertes/les-parcs-nationaux-de-france/reglementation-dans-les-parcs-nationaux-de-france> , 2025, consulté le 29 mars 2025.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2025a, « Dossier de presse - Destination Parcs ».

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2025a, *Les Parcs, pionniers du développement durable*, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/les-parcs/histoire/les-parcs-pionniers-du-developpement-durable> , 2025, consulté le 14 mars 2025.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2025b, *Ressources réseau - marque - référentiels cadre national*, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/espace-membres/ressources-reseau> , 2025, consulté le 16 juin 2025.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2025c, *Valeurs Parc naturel régional, la marque collective au réseau des Parcs*, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/les-enjeux/economie/valeurs-parc-naturel-regional/valeurs-parc-naturel-regional-la-marque> , 2025, consulté le 22 mars 2025.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2025b, « Dossier de presse 2025 - La marque au service d'entreprises dans les parcs naturels régionaux de France ».

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2025d, *Critères d'obtention de la marque Valeurs Parc naturel régional*, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/valeurs-parc/criteres-dobtention-de-la-marque-valeurs-parc-naturel-regional> , 2025, consulté le 22 mars 2025.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2023a, « Valeurs Parc naturel régional une marque collective au service d'une stratégie de développement territorial durable ».

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2023b, *Guide des syndicats mixtes des Parcs Naturels Régionaux*, https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/system/files/document/commission/2023%20GUIDE_SMPNR_MAJ_130223.pdf , 1 février 2023, consulté le 23 mars 2025.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2019, « Les Parcs Naturels Régionaux de France ».

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2018, « Questions - réponses sur les Parcs naturels régionaux ».

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2016, *Argumentaire sur l'évolution de la marque des Parcs à destination des bénéficiaires actuels ou futurs*, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/espace-membres/ressources-reseau/marque/presentation-de-la-marque/documents-de-presentation-de-la> , mars 2016.

PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 2013, « Charte d'utilisation du logotype et du positionnement des Parcs naturels régionaux de France ».

PETITES CITÉS DE CARACTÈRE® DE FRANCE, 2025, *Nos Petites Cités de Caractère / Petites cités de caractère*, <https://www.petitescitesdecaractere.com/fr/nos-petites-cites-de-caractere> , 2025, consulté le 4 juillet 2025.

PETITES CITÉS DE CARACTÈRE® DE FRANCE, 2020a, « Présentation - Petites Cités de Caratères ».

PETITES CITÉS DE CARACTÈRE® DE FRANCE, 2020b, « Le Guide de l'Elu ».

PHILIPPOT Nathalie, DELAROCQUE Claire, GARCIA Patricia, POMMIER Christel, PRINCE Malcom, SEGURA Alfredo et DACUNHA Sandrine, 2021, *BTS Tourisme: toutes les matières*, Paris, Nathan (coll. « Réflexe 17 »), 367 p.

PIERRE-MARIE TERRAL, 2015, *Parc naturel régional des Grands Causses*, Toulouse, Éditions Privat, 159 p.

PÔLE RESSOURCE NATIONAL SPORTS DE NATURE, 2017, *Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR)*, <https://www.sportsdenature.gouv.fr/publications/outils-mobilisables-pour-perenniser-acces-lieux-de-pratique/pdipr> , 2017, consulté le 11 mai 2025.

PRÉFET COORDINATEUR DU MASSIF CENTRAL, 2022, « Convention de Massif central 2021-2027 - Contrat de plan interrégional état régions ».

PRÉFET DE LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES et DIRECTION RÉGIONALE DES ENTREPRISES, DE LA CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION, DU TRAVAIL ET DE L'EMPLOI, 2017, *L'économie de la montagne en Auvergne-Rhône-Alpes*, Lyon.

PRÉFET DU VAR, 2024, *Zones défavorisées simples et agriculteurs hors zonage*, <https://www.var.gouv.fr/Actions-de-l-Etat/Agriculture/Preservation-de-l-espace-agricole/Zones-defavorisees-simples-et-agriculteurs-hors-zonage> , 7 février 2024, consulté le 13 avril 2025.

PRÉFET NOUVELLE AQUITAINE, 2023, « Parc naturel régional ».

PRÉFÈTE DE L'AIN, 2021, *Biotope*, <https://www.ain.gouv.fr/Actions-de-l-Etat/Environnement-risques-naturels-et-technologiques/Protection-de-l-environnement/Arrete-prefectoral-de-protection/Biotope> , 5 février 2021, consulté le 9 mars 2025.

RAMSAR LA CONVENTION SUR LES ZONES HUMIDES, 2025a, *L'importance des zones humides / The Convention on Wetlands, La Convention sur les zones humides*, <https://www.ramsar.org/fr/propos/notre-mission/limportance-des-zones-humides> , 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

RAMSAR LA CONVENTION SUR LES ZONES HUMIDES, 2025b, *France / The Convention on Wetlands, La Convention sur les zones humides*, <https://www.ramsar.org/fr/country-profile/france> , 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

RAMSAR LA CONVENTION SUR LES ZONES HUMIDES, 2025c, *Accueil / The Convention on Wetlands, La Convention sur les zones humides*, <https://www.ramsar.org/fr> , 9 mars 2025, consulté le 9 mars 2025.

RÉGION OCCITANIE, 2020, *Tous engagés pour la biodiversité !*, <https://www.laregion.fr/Tous-engages-pour-la-biodiversite> , 10 juillet 2020, consulté le 5 avril 2025.

RÉGION OCCITANIE, *Biodiversité*, <https://www.laregion.fr/-Biodiversite-Occitanie->, consulté le 5 avril 2025.

RÉGION OCCITANIE / PYRÉNÉES-MÉDITERRANÉE, 2024, *Valoriser mon offre*, <https://www.laregion.fr/Valoriser-mon-offre> , 2024, consulté le 14 août 2025.

RÉSEAU BIENVENUE À LA FERME, 2025, *Dossier de presse -Vente de produits fermiers et accueil à la ferme*, https://api.bienvenue-a-la-ferme.com/media/press_attachment/67b83bb31364a431606111.pdf , 3 février 2025.

RÉSERVES NATURELLES DE FRANCE, 2024a, *Fonctionnement des réserves naturelles*, <https://reserves-naturelles.org/fonctionnement-reserves-naturelles-france/> , 2024, consulté le 7 mars 2025.

RÉSERVES NATURELLES DE FRANCE, 2024b, *Chiffres clés sur les réserves*, <https://reserves-naturelles.org/chiffres-cles-reserves-naturelles-france/> , 2024, consulté le 7 mars 2025.

RIEUTORT Laurent, RYSCHAWY Julie, GUINOT Caroline et DOREAU Auréline, 2014, *Atlas de l'élevage herbivore en France: filières innovantes, territoires vivants*, Paris, Éditions Autrement (coll. « Collection Atlas-monde »), 96 p.

SACAREAU Isabelle, 2003, *La montagne: une approche géographique*, Paris, Belin (coll. « Belin Sup Géographie »), 287 p.

SÉNAT, 2023, *Financement des aires protégées*, <https://www.senat.fr/rap/r20-859/r20-859.html> , 3 avril 2023, consulté le 15 mars 2025.

SIMON Anthony, 2002, *La pluriactivité dans l'agriculture des montagnes françaises : un territoire, des hommes, une pratique*, CERAMAC Presses universitaires Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, (coll. « CERAMAC 19 »), 515 p.

TOURISME AVEYRON, 2025, *Plus Beaux Villages de France en Aveyron*, <https://www.tourisme-aveyron.com/fr/decouvrir/plus-beaux-villages-france> , 2025, consulté le 4 juillet 2025.

UNESCO, 2025, *Qu'est-ce qu'une réserve de biosphère ?*, <https://www.unesco.org/fr/mab/wnbr/about> , 2025, consulté le 29 mars 2025.

UNESCO CENTRE DU PATRIMOINE MONDIAL, 2025, *La Convention du patrimoine mondial*, <https://whc.unesco.org/fr/convention/> , 2025, consulté le 2 mai 2025.

UNESCO CENTRE DU PATRIMOINE MONDIAL, 2024, *États parties - UNESCO Convention du patrimoine mondial*, <https://whc.unesco.org/fr/etatsparties> , 22 octobre 2024, consulté le 2 mai 2025.

UNESCO CENTRE DU PATRIMOINE MONDIAL, 2011, *Les Causses et les Cévennes, paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen*, <https://whc.unesco.org/fr/list/1153/> , 2011, consulté le 28 juin 2025.

UNESCO CENTRE DU PATRIMOINE MONDIAL, *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel*, <https://whc.unesco.org/fr/conventiontexte/>, consulté le 3 février 2024.

UNESCO PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL, 2025, UNESCO - *Procédure d'inscription d'éléments sur les Listes et de sélection de bonnes pratiques de sauvegarde*, <https://ich.unesco.org/fr/procedure-d-inscriptions-00809> , 2025, consulté le 4 mai 2025.

UNESCO PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL, UNESCO - *Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel ?*, <https://ich.unesco.org/fr/qu-est-ce-que-le-patrimoine-culturel-immateriel-00003>, consulté le 2 février 2024a.

UNESCO PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL, UNESCO - *Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, <https://ich.unesco.org/fr/convention>, consulté le 2 février 2024b.

VEYRET Yvette et VIGNEAU Jean-Pierre, 2011, *Géographie physique: milieux et environnement dans le système terre*, Paris, Armand Colin (coll. « Collection U Géographie »), 368 p.

VINCENT Jean-Marie, 2007, « Conservation du patrimoine rural et politique qualitative de l'habitat », *Pour*, 2007, vol. 195, n° 3, p. 111-117.

VITTE Pierre, 1995, « Les problèmes de l'agritourisme en France (The problems of agrotourism in France) », *Bulletin de l'Association de géographes français*, 1995, vol. 72, n° 1, p. 14-23.

VLÈS Vincent, 2006, *Politiques publiques d'aménagement touristique: objectifs, méthodes, effets*, Pessac, Presses universitaires de Bordeaux (coll. « Le territoire et ses acteurs »), 483 p.

ZABAL OPENDATA AGRICULTURE, 2021, *Communes - France*, <https://zabal-agriculture.opendata-paysbasque.fr/explore/dataset/communes-france/> , 19 janvier 2021, consulté le 13 août 2025.

Annexes

Annexe A : Les autres mesures de protection de l'environnement.....	210
Annexe B : Carte des 59 Parcs Naturels Régionaux	221
Annexe C : Les missions de l'Unesco	222
Annexe D : Conventions de protection du patrimoine : définitions UNESCO des patrimoines.....	223
Annexe E : Les critères Unesco	225
Annexe F : Les types d'espaces pris en comptes dans les espaces couverts par les protections réglementaires, foncières ou contractuelles.....	227
Annexe G : Les zones agricoles défavorisées en vigueur depuis 2019	228
Annexe H : Infographie signes d'identification de qualité et de l'origine.....	229
Annexe I : Le balisage des sentiers de randonnée en Europe	230
Annexe J : Le système de cotation des randonnées de la Fédération Française de Randonnée.....	232
Annexe K : Acteurs des sentiers de randonnée en France	234
Annexe L : Le financement du Parc naturel régional des Grands Causses	235
Annexe M : Périmètre d'extension du Parc naturel régional des Grands Causses	236
Annexe N : Fréquentation touristique au sein du Parc des Grands Causses	237
Annexe O : Les 33 unités paysagères du Parc naturel régional des Grands Causses	239
Annexe P : Le patrimoine agropastoral des Causses et Cévennes	240
Annexe Q : Tableau de suivi marque Valeurs Parc	241
Annexe R : Spécialisation agricole des communes étudiées	242
Annexe S : Guide d'entretien à destination des agriculteurs proposant une offre agritouristique	245
Annexe T : Guide d'entretien à destination des agriculteurs non agritouristiques.....	250
Annexe U : Guide d'entretien à destination des prescripteurs de l'offre agritouristique .	253
Annexe V : Tableau d'analyse entretiens agriculteurs agritouristiques.....	256
Annexe W : Tableau d'analyse entretiens prescripteurs.....	263
Annexe X : Tableau d'analyse entretiens agriculteurs non agritouristiques.....	275

Annexe A : Les autres mesures de protection de l'environnement

1. Les modes de protection réglementaires

1.1. Les réserves naturelles

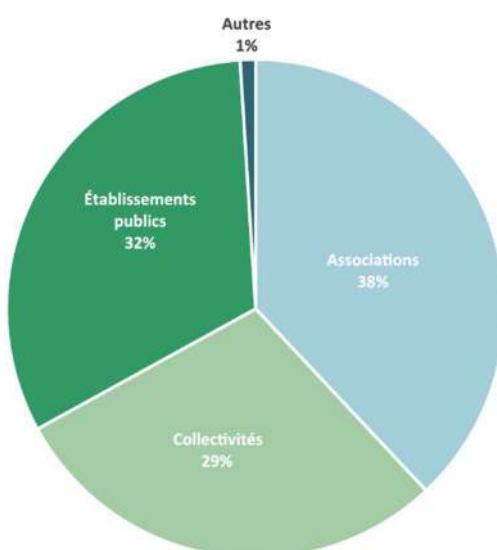
En France, la réserve naturelle est l'un des dispositifs les plus répandus et l'un plus fort pour la protection de l'environnement à l'échelle locale²³⁷. Il en existe 361 réserves naturelles sur le territoire français dont 341 en métropole (Corse compris) et 20 dans en outre mer.

Les réserves naturelles, grâce à leur réglementation spécifique permettent de protéger à long terme les milieux abritant une faune, une flore, des formations géologiques rares et menacées. Ce dispositif protège les milieux humides, forestiers, rocheux, arbustifs et herbacés, marins et côtiers. Parmi les espèces protégées ou menacées 67% sont présentes dans les réserves naturelles. Les réserves naturelles ont également pour mission de gérer et de sensibiliser sur le patrimoine naturel français. Elles sont composées d'un espace classé et peuvent inclure un périmètre de protection servant de zone tampon autour de cet espace. Ces dernières, peuvent ci nécessaire interdire ou encadrer les activités humaines comme par exemple les travaux, la circulation des véhicules, personnes et animaux domestiques, les activités agricoles, pastorales et forestières....

L'espace classé est géré par un ou plusieurs organismes gestionnaires (Associations, communes, départements, établissements publics, propriétaires...) qui assurent notamment la conservation du patrimoine naturel et éventuellement sa restauration, l'accueil et l'information du public, la surveillance et la police de l'environnement, le suivi de l'évolution du milieu naturel. Plus de 200 organismes différents gèrent les réserves naturelles de France.

Il existe trois types de réserves : les Réserves Naturelles Nationales (RNN), Réserves naturelles régionales (RNR) et les réserves naturelles de Corse (RNC) (Réserves Naturelles de France 2025c; Réserves Naturelles de France 2025b).

Figure 82 : La diversité des organismes gestionnaires²³⁸



²³⁷ Géoconfluences, 2024, Réserve naturelle en France, <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/reserve-naturelle-en-france>, octobre 2024, consulté le 7 mars 2025.

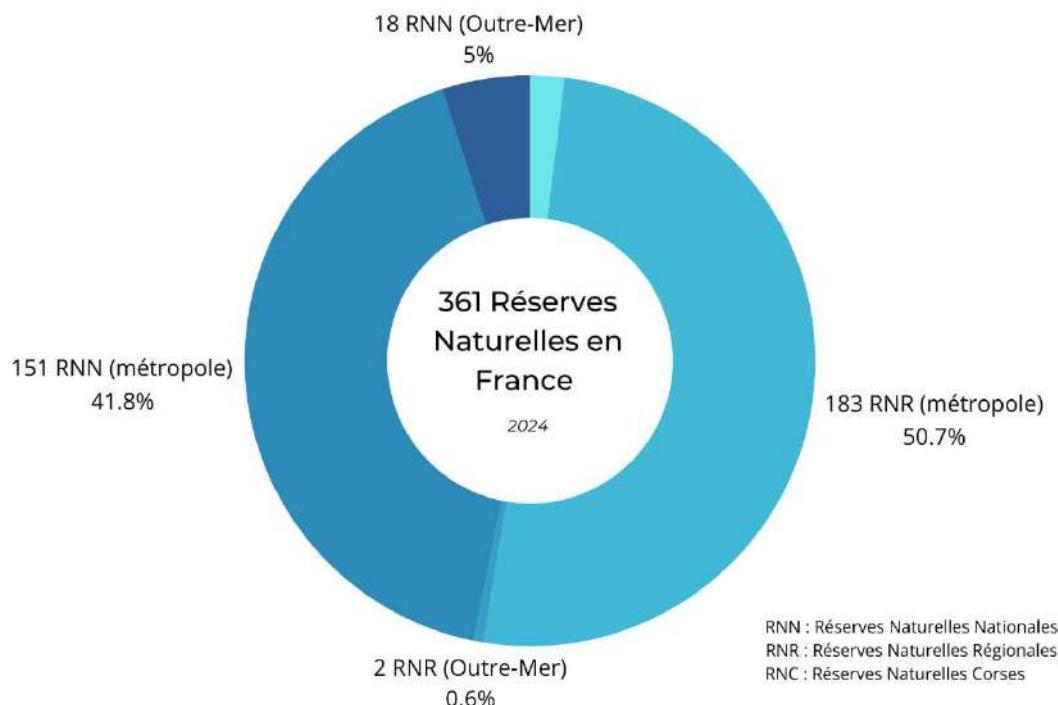
²³⁸ Réserves Naturelles de France, 2024, Fonctionnement des réserves naturelles, <https://reserves-naturelles.org/fonctionnement-reserves-naturelles-france/>, 2024, consulté le 7 mars 2025.

Les réserves naturelles nationales, classées par décret ministériel ou par décret en Conseil d'État pour une durée illimitée. Elles sont généralement d'une superficie supérieure aux réserves régionales. La première réserve, la réserve du lac Luitel dans le département de l'Isère, a été classée en 1961. La dernière à avoir été classée est la réserve nationale d'Arjuzanx dans le département des Landes. La France compte au total 169 réserves naturelles nationales en 2024.

Les 185 réserves naturelles régionales (RNR), sont un véritable levier de mise en valeur des territoires mettant en valeur la biodiversité. Elles sont classées pour une durée limitée ou illimitée par les régions par délibérations régionales. Les premières ont été classées en 2006 comme la RNR Scamandre (Gard), la RNR Étang d'Amel (Meuse), la RNR du marais de Sougéal (Ille-et-Vilaine).

Enfin, les 7 Réserves Naturelles de Corse (RNC), ont été créées dans un premier temps par l'état. Aujourd'hui, elles sont créées par la Collectivité territoriale de Corse et gérées par l'Office de l'environnement de la Corse. Elles sont créées pour une durée illimitée dans l'objectif de préserver la biodiversité de l'île. Ainsi, la première, la Réserve Naturelle de Corse de Scandola, a été créée en 1975 et préserve le patrimoine naturel terrestre et marin (Réserves Naturelles de France 2024a; Réserves Naturelles de France 2024b).

Figure 83 : Les chiffres des Réserves Naturelles^{239 240}



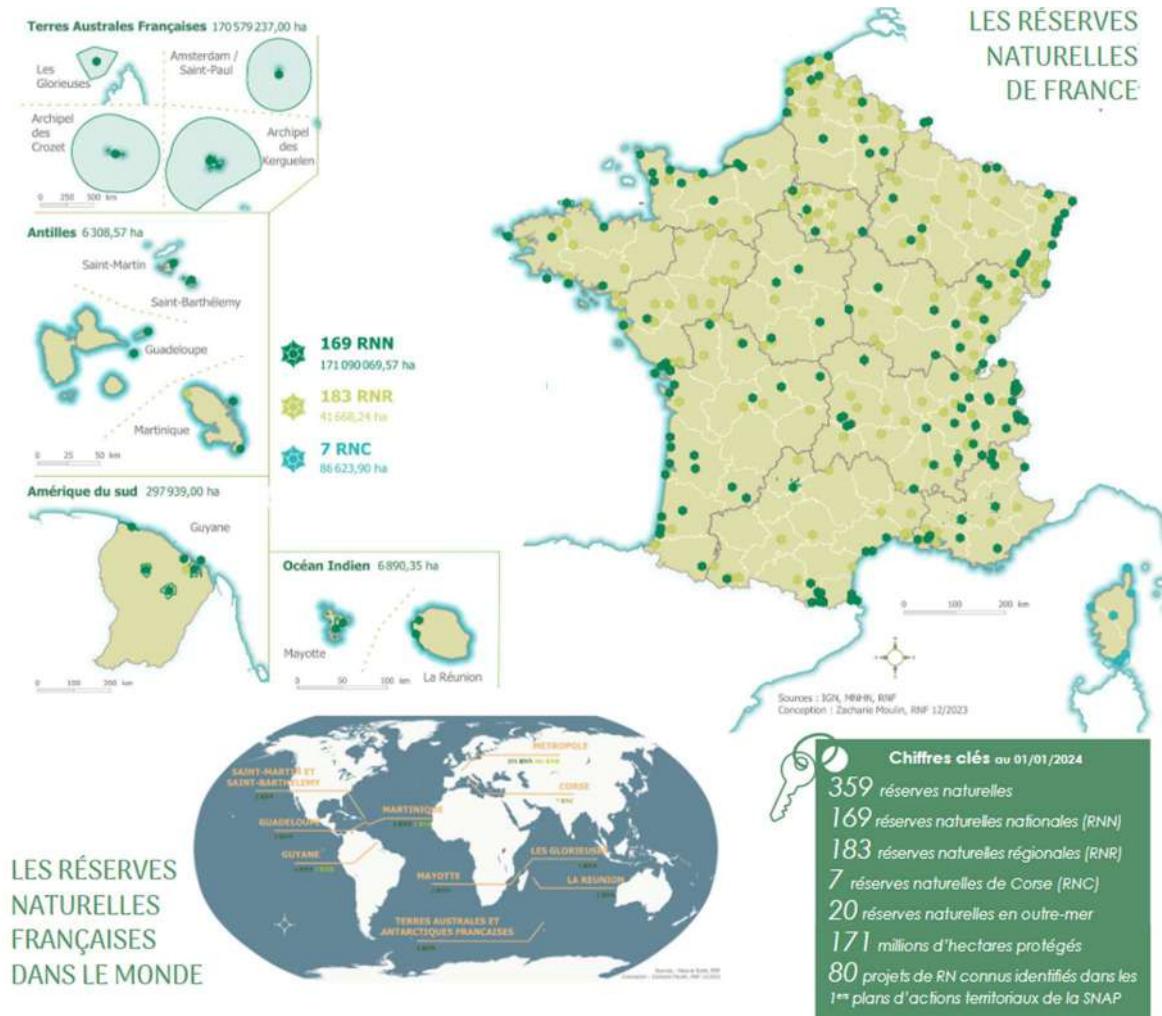
Les réserves naturelles accueillent 12 millions de visiteurs/an dont 25 % de scolaires et d'étudiants. 63 % des réserves abritent des activités agricoles (227 réserves naturelles). En

²³⁹ Réserves Naturelles de France, 2024, Chiffres clés sur les réserves, <https://reserves-naturelles.org/chiffres-cles-reserves-naturelles-france/>, 2024, consulté le 7 mars 2025.

²⁴⁰ Marie Corniglion, 2025

France, chacun de nous réside en moyenne à moins de 30 km d'une réserve naturelle. (Réserves Naturelles de France 2024a ; Réserves Naturelles de France 2024d).

Figure 84 : Les réserves naturelles en France et dans le Monde²⁴¹



1.2. Les réserves Nationale de Chasse et de Faune Sauvage et réserves biologiques

La protection des espèces de gibier menacées est assurée par les Réserve Nationale de Chasse et de Faune Sauvage (RNCFS). Ces réserves terrestres ou marines permettent également le développement du gibier à des fins de repeuplement, la réalisation études scientifiques et techniques, la formation de personnels spécialisés et l'information du public. Leur gestion est assurée par l'Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage. Selon Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) en février 2024, il existe 11 Réserves

²⁴¹ Réserves Naturelles de France, 2024, Portrait des réserves naturelles de France 2024, <https://reserves-naturelles.org/wp-content/uploads/2024/03/portrait2024web.pdf>, mars 2024, consulté le 7 mars 2025.

nationales de chasse et faune sauvage en France métropolitaine, comme par exemple la réserve d'Orlu (Ariège) créée en 1981. La première réserve, la réserve de Chambord (Loir-et-Cher) a été créée en 1947.(Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) 2024b; notre-environnement 2019).

Les réserves biologiques ont pour objectif la préservation du patrimoine naturel remarquable et l'étude de la dynamique des écosystèmes dans les forêts de l'État (domaniales), les forêts des collectivités ou d'établissements publics. Créées à l'issue d'un arrêté entre les ministères chargés de l'Agriculture et de l'Écologie, elles sont gérées par l'Office national des forêts. Au nombre de 260 en métropole selon l'INPN en octobre 2020, les premières ont été créées en octobre 1953, notamment celle du Gros Fouteau et des hauteurs de la Solle, situées à Fontainebleau en Seine-et-Marne.

Ces réserves sont de deux types :

- intégrales (pénétration du public et opérations sylvicoles interdites) ;
- et dirigées (contrôle de l'accès au public et interventions sylvicoles limitées). (Office national des forêts (ONF) 2025; notre-environnement 2019; Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) 2020).

1.3. Les réserves intégrales de Parc national

À but scientifique, la réserve intégrale est une zone au sein de la zone cœur d'un parc national où la protection de la biodiversité est plus forte. Elles sont créées par décret. Il existe 4 réserves intégrales en France :

- la réserve intégrale de Lauvitel (environ 689 hectares) créée le 9 mai 1995 sur la commune de Bourg-d'Oisans (Isère) dans le parc national des Écrins (Légifrance 1995a);
- la réserve intégrale des îlots de Port-Cros (environ 61 hectares) créée le 9 mai 2007 sur la commune d'Hyères (Var) la réserve comprend l'île de Bagaud, l'îlot de la Gabinière et rocher du Rascas, dans le Parc National de Port (Légifrance 2007);
- la réserve intégrale de Roche Grande (environ 481 hectares), dans le parc national du Mercantour, créée le 4 septembre 2021 sur la commune d'Entraunes (Alpes-Maritimes) (Légifrance 2021b)
- et la réserve intégrale forestière d'Arc-Châteauvillain (environ 3 086 hectares) dans le parc national de forêts, créée le 10 décembre 2021, sur les communes d'Arc-en-Barrois, Châteauvillain, Cour-L'Évêque, Richebourg (Haute-Marne)(Légifrance 2021a)

La réglementation varie selon les réserves, elles sont majoritairement interdites d'accès sauf pour la réserve d'Arc-Châteauvillain.

2. Les mesures internationales pour la protection de l'environnement

Parmi les mesures internationales pour la protection de l'environnement on distingue deux catégories, les engagements pris au niveau mondial et les engagements européens.

Parmi les engagements pris au niveau mondiale on retrouve notamment la convention Ramsar et les réserves de biosphères.

2.1. Les engagements pris au niveau mondial : la Convention Ramsar

Adoptée à Ramsar en Iran le 2 février 1971 et entrée en vigueur en 1975, la convention de Ramsar vise à pour objectif :

« La conservation et l'utilisation rationnelle des zones humides par des actions locales, régionales et nationales et par la coopération internationale, en tant que contribution à la réalisation du développement durable dans le monde entier ».

À ce jour, 172 pays adhèrent à la convention, soit 90 % des États membres de l'Organisation des Nations Unies (ONU). Cette convention définit les zones humides de manière large comprenant ainsi : tous les lacs et rivières, les aquifères souterrains, les marécages et marais, les prairies humides, les tourbières, les oasis, les estuaires, les deltas et les étendues intertidales, les mangroves et autres zones côtières, les récifs coralliens et tous les sites artificiels tels que les bassins de pisciculture, les rizières, les réservoirs et les marais salants. Les pays signataires de la convention s'engèrent à :

- œuvrer pour l'utilisation rationnelle de toutes leurs zones humides ;
- à inscrire des zones humides appropriées sur la Liste des zones humides d'importance internationale (la « Liste de Ramsar ») et à assurer leur bonne gestion;
- à coopérer au plan international dans les zones humides transfrontières, les systèmes de zones humides partagés et pour les espèces partagées.

À l'échelle mondiale, 2 532 zones humides sont inscrites sur la liste Ramsar en mars 2025, couvrant une superficie de 257 909 286 hectares dont 55 en France pour une superficie de 3.892.779 hectares. Parmi les sites inscrits on retrouve notamment Les salins d'Hyères, La Camargue, Lac du Bourget et les marais de Chautagne, Les marais et tourbières des montagnes du Bugey... (Ramsar La convention sur les zones humides 2025a; Ramsar La convention sur les zones humides 2025b; Ramsar La convention sur les zones humides 2025c)

2.2. Les arrêtés de protection de biotope

Les arrêtés préfectoraux de protection de biotope permettent, depuis le décret du 25 novembre 1977, de préserver les milieux indispensables à la survie d'espèces animales ou végétales protégées au niveau national (par l'article L. 411-1 du code de l'environnement) ou régional en réglementant les activités humaines. Ils sont établis sur initiative l'initiative de l'État par le préfet de département. En France métropolitaine, 870 arrêtés de protection de biotope sont en vigueur en Avril 2018 et couvrent 654 km² (Préfète de l'Ain 2021; notre-environnement 2019).

2.3. Les engagements pris au niveau mondial : Les réserves de biosphère

Les réserves s'inscrivent depuis 1971 dans le programme l'Homme et la Biosphère "MAB" (Man and the Biosphere) de l'UNESCO (Mab-France 2025a). Les réserves de biosphères sont des sites « d'apprentissage du développement durable ». Il s'agit d'espaces terrestres, marins et côtiers reconnus par l'UNESCO

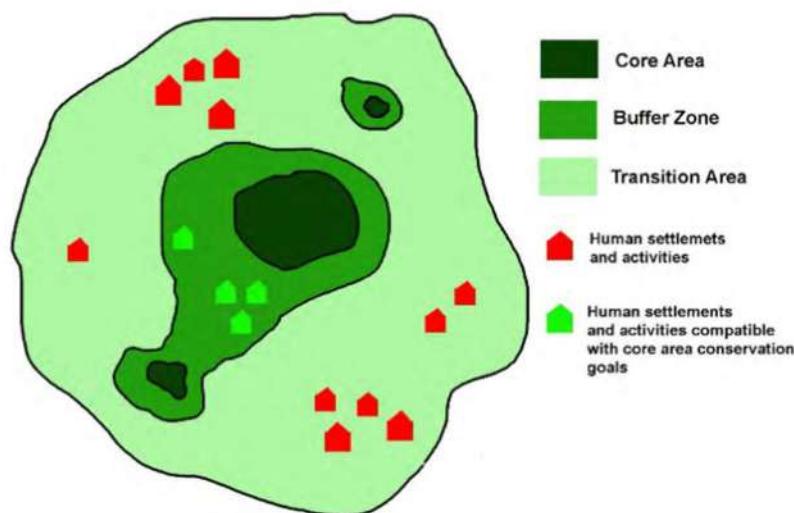
« pour expérimenter et illustrer des pratiques de développement durable à l'échelle régionale, en conciliant le développement social et économique des populations avec la conservation de la diversité biologique et plus largement la protection de l'environnement, dans le respect des valeurs culturelles »(Mab-France 2021; Unesco 2025)

L'objectif des réserves de biosphère est de renforcer les liens : entre les êtres humains, entre les êtres humains et la nature, entre le savoir et l'action, tout le temps, partout (Mab-France 2021). Les réserves sont découpées en 3 zones distinctes :

- La ou les zones aire(s) centrales, il s'agit d'une zone protégée qui participe à la conservation des paysages, des écosystèmes, des espèces et de la variation génétique.
- Une (ou plusieurs) zone(s) tampon(s), située autour des aires centrales. Dans ces zones seules les activités compatibles avec les objectifs de conservation y sont pratiquées.
- Une aire de transition, dans laquelle les activités économiques et humaines durables sont pratiquées (Unesco 2025).

Figure 85 : Schéma des différents zonages d'une réserve de biosphère²⁴²

BIOSPHERE RESERVE ZONATION



²⁴² UNESCO Bibliothèque Numérique, 2022, *Directives techniques pour les réserves de biosphère*, Paris, France, 126 p.

En 2022, il existait 738 Réserves de biosphère réparties dans 134 pays à travers le monde (Mab-France 2025a). La France compte 16 Réserves de biosphère, dont trois ultramarines et 2 Réserves de biosphère transfrontières (Mab-France 2025b).

Figure 86 : Carte des réserves de biosphère en France²⁴³



2.4. Des engagements européens : les sites Natura 2000

Natura 2000 est le plus grand réseau d'aires protégées au monde. Ce réseau européen est composé de sites naturels, terrestres et marins.

L'objectif du réseau Natura 2000, est la préservation le maintien ou le rétablissement de la diversité biologique, du patrimoine naturel et des habitats naturels sur tout le territoire

²⁴³ Mab-France, 2025, Les Réserves de biosphère françaises, <https://www.mab-france.org/fr/les-reserves-de-biosphere/les-reserves-de-biosphere-francaises>, 2025, consulté le 29 mars 2025.

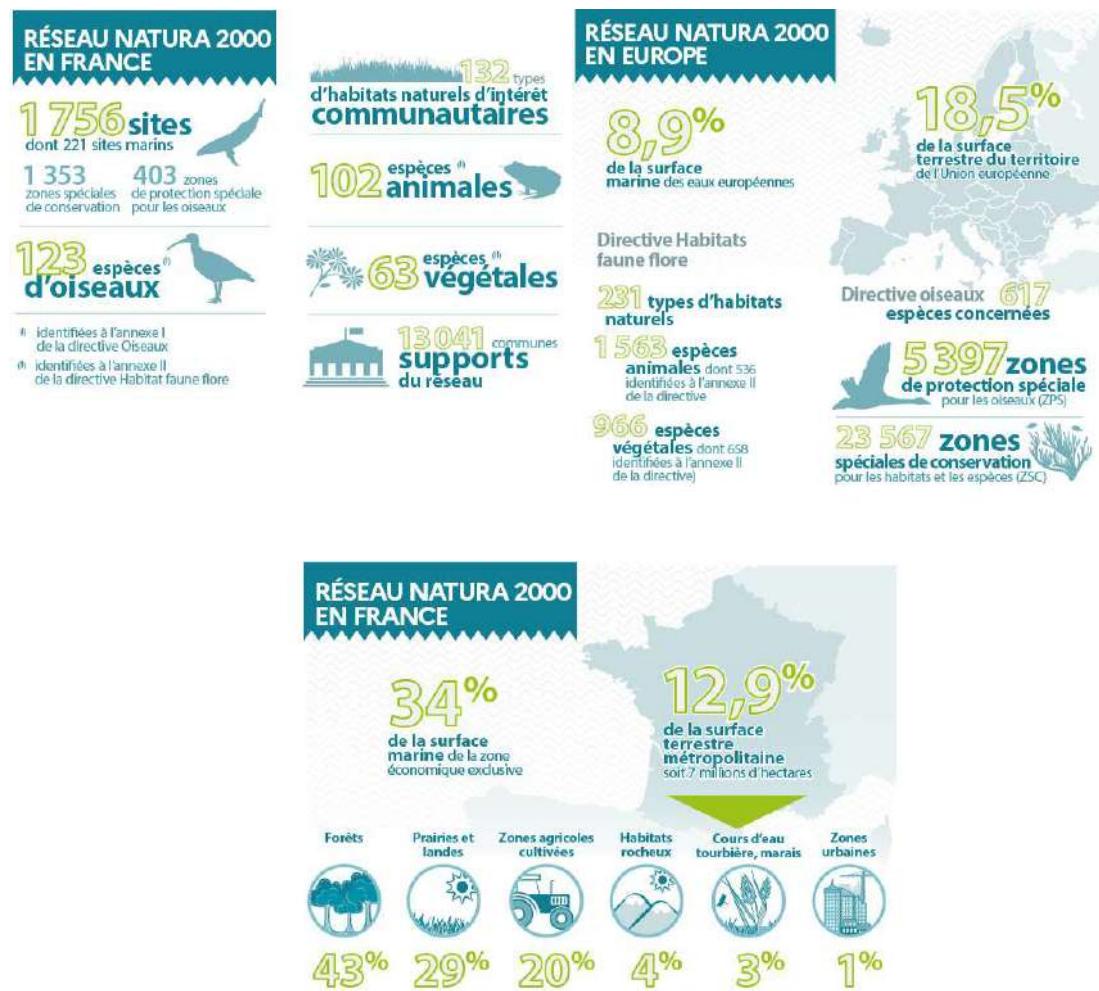
européen. Les activités humaines sont prises en compte et ne sont pas interdites si elles sont compatibles avec les objectifs de conservation.

Le réseau repose sur deux directives : la Directive Oiseaux et la directive Habitats, Faune, Flore. La directive oiseaux, datant de 2009, a pour objectif la préservation, le maintien et le rétablissement des habitats naturels favorables à la conservation des oiseaux. La directive habitats définit un cadre pour la conservation des habitats naturels ainsi que de la faune et de la flore sauvages (Ministères Aménagement du territoire Transition écologique 2022; Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) 2025d).

Le réseau est composé de deux types de sites :

- les Zones de Protection Spéciale (ZPS) désignées au titre de la Directive « Oiseaux », sites nécessaires à la survie et à la reproduction des oiseaux ;
- les Zones Spéciales de Conservation (ZSC) désignées au titre de la Directive « Habitats-Faune-Flore », lieux menacés de disparition et/ou habitats d'espèces sauvages rares (Natura 2000 Vallée de l'Hérault 2025; Légifrance 2023).

Figure 87 : Infographie chiffres clés sites Natura 2000²⁴⁴



²⁴⁴ Natura 2000, 2015, Chiffres clés, <https://www.natura2000.fr/chiffres-cles>, 2015, consulté le 3 septembre 2025.

3. La maitrise foncière : Conservatoire du littoral et conservatoire d'espaces naturels

3.1. Le conservatoire du littoral

Crée en 1975 le conservatoire du littoral est un établissement public qui a pour mission d'acquérir des terrains situés en bord de mer ou de lacs (y compris lac de montagne d'une superficie supérieur à 1000 hectares) menacés par l'urbanisation ou dégradés pour en faire des sites restaurés, aménagés, accueillants dans le respect des équilibres naturels. Ils sont ainsi soustraits de manière définitive à l'urbanisation et entrent dans le domaine public. Le conservatoire a notamment acquis des terrains autour des Lac du Léman, d'Annecy et du Bourget. La gestion des sites est ensuite confiée aux régions, départements, communes et communautés de communes, syndicats mixtes ou associations. Au total, le conservatoire du littoral est intervenu sur 15 lacs français. Le conservatoire du littoral est propriétaire de 790 sites dont 602 en métropole (Conservatoire du littoral 2025a; Conservatoire du littoral 2025b; Conservatoire du littoral 2025c).

3.2. Les conservatoires d'espaces naturels

Créés à partir de la fin des années 70, Les conservatoires d'espaces naturels (CEN), vont également acquérir des parcelles dans l'objectif de protéger un site. Les 24 conservatoires de France ont également pour mission la connaissance des sites, la gestion, leur valorisation et l'accompagnement politiques publiques relatives à la biodiversité, l'eau et l'agriculture. Le Conservatoire géré de manière contractuelle 4400 sites couvrant 300 000 hectares et est propriétaires de 1577 sites couvrant 18000 hectares (Fédération des conservatoires d'espaces naturels 2025a; Fédération des conservatoires d'espaces naturels 2025b; Fédération des conservatoires d'espaces naturels 2025c).

4. Les autres outils de protection de l'environnement

4.1. Mesure agro-environnementale

Les mesures agro-environnementales et climatiques (MAEC) mises en œuvre dans l'objectif d'encourager les agriculteurs à employer des méthodes de production agricole respectueuses de l'environnement. Un contrat de 5 ans est établi entre l'état et l'agriculteur et donne lieu à des aides pour les agriculteurs s'engageant des actions en faveur de la gestion et la qualité de l'eau (protection des captages par exemple), de la biodiversité animale et végétale (préservation des zones humides et des prairies permanentes, protection des races menacées...), des paysages (entretien de bosquets, d'arbres isolés ou de mares entre autres) et de sol (notamment lutte contre l'érosion) (notre-environnement 2019).

4.2. Les Scot

Pour la préservation de la biodiversité plusieurs solutions existent. Les Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT) dits « Grenelle », ont progressivement d'intégrer les enjeux de protection de l'environnement dans les orientations d'aménagement d'un territoire. Au 1^{er} janvier 2018 24% du territoire français était couvert par un SCOT Grenelle (Notre-environnement 2020).

4.3. Synthèse de l'ensemble des mesures de protection de l'environnement en France Métropolitaine

Il existe de nombreuses autres mesures de protection de l'environnement en France métropolitaine, dont voici un tableau récapitulatif ci-après (cf, Tableau 14, p 220).

Les zones Natura 2000 ne figurent pas dans cet inventaire, car elles dépendent d'un programme spécifique du Muséum national d'Histoire naturelle (cf, p 216). D'autres outils permettent une protection de l'environnement tel que les Zones Naturelles d'Intérêt Écologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF), la Trame verte et Bleue ou l'inventaire du patrimoine géologique qui ont pour objectif de recenser sur l'ensemble du territoire national différents éléments : biodiversité, réservoirs de biodiversité, patrimoine géologique afin de permettre la prise de décision dans la protection de l'espace et aménagement du territoire.(Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) 2025b; Inventaire national du patrimoine naturel (INPN) 2025c)

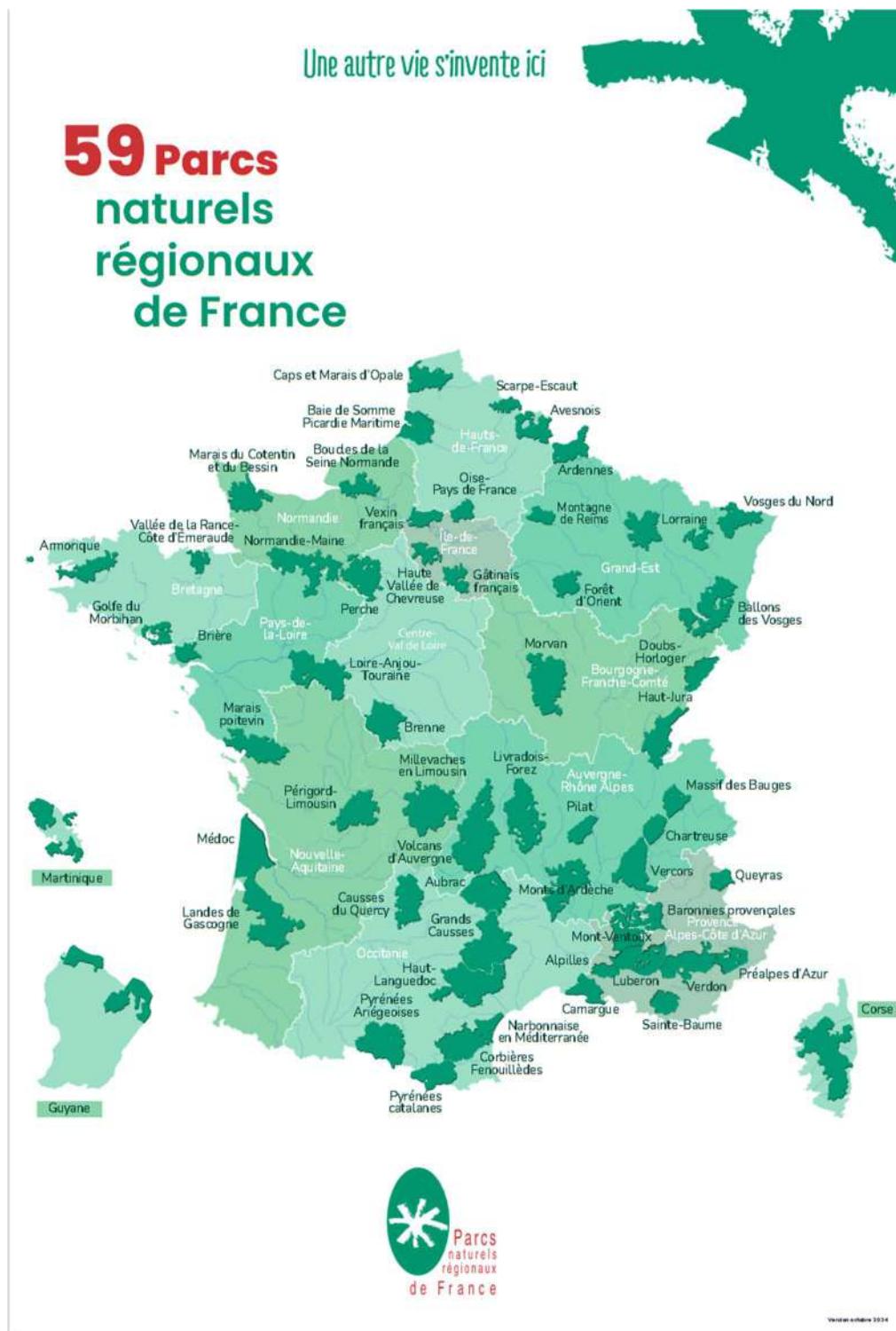
Tableau 14 : Synthèse de l'ensemble des mesures de protection de l'environnement en France Métropolitaine²⁴⁵

Catégories de protection	Type de protection
Protections réglementaires	Arrêté de protection de biotope Arrêtés de protection des habitats naturels Arrêtés listes de sites d'intérêt géologique Arrêtés de protection de géotope Réserve intégrale de Parc national Parc national, zone cœur Réserve biologique dirigée Réserve biologique intégrale Réserve nationale de chasse et faune sauvage Réserve naturelle nationale Réserve naturelle régionale Réserve naturelle de Corse Périmètres de protection de réserve naturelle Site classé Zones de protection renforcée ou intégrale des réserves naturelles
Protections contractuelles	Grand Site de France Parc national, aire d'adhésion Parc naturel régional Parc naturel marin
Protections par la maîtrise foncière	Terrain acquis par le Conservatoire du Littoral Terrain acquis (ou assimilé) par un Conservatoire d'Espaces Naturels Espaces naturels sensibles
Protections au titre de conventions et engagements européens ou internationaux	Zone humide protégée par la convention de Ramsar Réserve de biosphère, zone centrale Réserve de biosphère, zone de transition Réserve de biosphère, zone tampon Bien inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO (naturel ou mixte) Géoparc mondial UNESCO Zone marine protégée de la convention OSPAR (Atlantique Nord-est) Zone protégée de la convention de Carthagène (Caraïbes) Zone spécialement protégée d'intérêt méditerranéen de la Convention de Barcelone Zones spécialement protégées de l'Antarctique

²⁴⁵ Inventaire national du patrimoine naturel (INPN), 2025, INPN - Espaces protégés - Présentation générale, <https://inpn.mnhn.fr/programme/espaces-proteges/presentation>, janvier 2025, consulté le 8 juin 2025.

Annexe B : Carte des 59 Parcs Naturels Régionaux

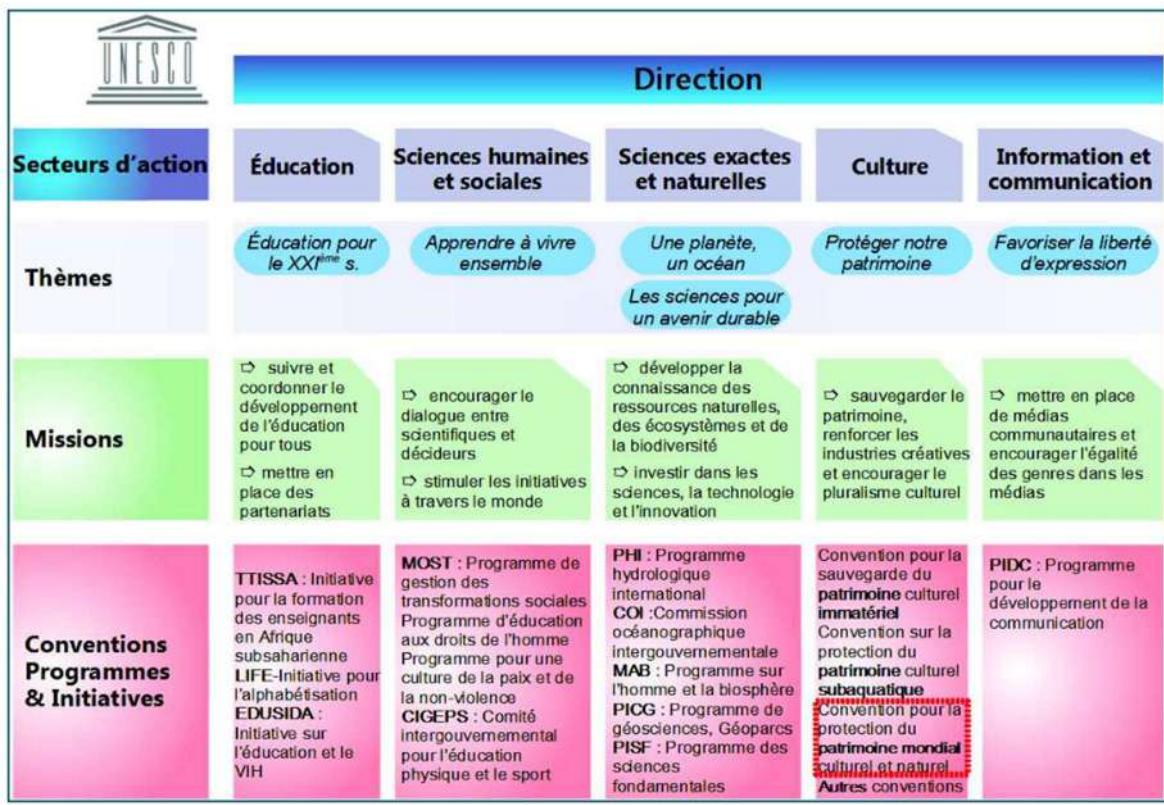
Figure 88 : Carte des 59 Parcs Naturels Régionaux²⁴⁶



²⁴⁶ Parcs naturels régionaux de France, 2024, Carte des 59 Parcs naturels régionaux de France, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/mediatheque/ressources/carte-des-59-parcs-naturels-regionaux-de-france>, 21 octobre 2024, consulté le 13 avril 2025.

Annexe C : Les missions de l'Unesco

Figure 89 : Schéma des missions de l'Unesco²⁴⁷



²⁴⁷ Ministère de l'Environnement de l'Energie et de la Mer, 2017, Patrimoine Mondial au Ministère de l'Environnement - Un réseau d'acteurs au service de territoires d'exception, https://objectif-paysages.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2021-01/Guide%20Patrimoine%20Mondial%20MTES_janvier_2017.pdf, janvier 2017, consulté le 4 mai 2025.

Annexe D : Conventions de protection du patrimoine : définitions

UNESCO des patrimoines

Figure 90 : Définition Unesco du patrimoine culturel et naturel²⁴⁸

Article 1

Aux fins de la présente Convention sont considérés comme "patrimoine culturel" :

- les monuments: œuvres architecturales, de sculpture ou de peinture monumentales, éléments ou structures de caractère archéologique, inscriptions, grottes et groupes d'éléments, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science,
- les ensembles: groupes de constructions isolées ou réunies, qui, en raison de leur architecture, de leur unité, ou de leur intégration dans le paysage, ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science,
- les sites: œuvres de l'homme ou œuvres conjuguées de l'homme et de la nature, ainsi que les zones y compris les sites archéologiques qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue historique, esthétique, ethnologique ou anthropologique.

Article 2

Aux fins de la présente Convention sont considérés comme "patrimoine naturel" :

- les monuments naturels constitués par des formations physiques et biologiques ou par des groupes de telles formations qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue esthétique ou scientifique,
- les formations géologiques et physiographiques et les zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animale et végétale menacées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science ou de la conservation,
- les sites naturels ou les zones naturelles strictement délimitées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science, de la conservation ou de la beauté naturelle.

²⁴⁸ Unesco, 1973, « Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel », 12 janvier 1973.

Figure 91 : Définition Unesco patrimoine culturel immatériel²⁴⁹

Article 2 Définitions

Aux fins de la présente Convention,

1. On entend par « patrimoine culturel immatériel » les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et la créativité humaine. Aux fins de la présente Convention, seul sera pris en considération le patrimoine culturel immatériel conforme aux instruments internationaux existants relatifs aux droits de l'homme, ainsi qu'à l'exigence du respect mutuel entre communautés, groupes et individus, et d'un développement durable.
2. Le « patrimoine culturel immatériel », tel qu'il est défini au paragraphe 1 ci-dessus, se manifeste notamment dans les domaines suivants :
 - (a) les traditions et expressions orales, y compris la langue comme vecteur du patrimoine culturel immatériel ;
 - (b) les arts du spectacle ;
 - (c) les pratiques sociales, rituels et événements festifs ;
 - (d) les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ;
 - (e) les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel.

²⁴⁹ Unesco, 2024, « Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel ».

Annexe E : Les critères Unesco

Figure 92 : Les dix critères UNESCO pour l'inscription d'un bien sur la liste du patrimoine mondial²⁵⁰

Les 6 critères culturels

- (i) représenter un **chef-d'œuvre** du génie créateur humain ;
- (ii) témoigner d'un **échange d'influences** considérable pendant une période donnée ou dans une aire culturelle déterminée, sur le développement de l'architecture ou de la technologie, des arts monumentaux, de la planification des villes ou de la création de paysages ;
- (iii) apporter un témoignage unique ou du moins exceptionnel sur une **tradition culturelle** ou une civilisation vivante ou disparue ;
- (iv) offrir un exemple éminent d'un **type de construction** ou d'**ensemble architectural** ou technologique ou de **paysage** illustrant une ou des périodes significative(s) de l'**histoire humaine** ;
- (v) être un exemple éminent d'établissement humain traditionnel, de l'**utilisation traditionnelle du territoire** ou de la **mer**, qui soit représentatif d'une culture (ou de cultures), ou de l'**interaction humaine avec l'environnement**, spécialement quand celui-ci est devenu vulnérable sous l'impact d'une mutation irréversible ;
- (vi) être directement ou matériellement **associé** à des **événements** ou des **traditions vivantes**, des **idées**, des **croyances** ou des **œuvres artistiques et littéraires** ayant une signification universelle exceptionnelle (*Le Comité considère que ce critère doit préféablement être utilisé en conjonction avec d'autres critères*).

Les 4 critères naturels

- (vii) représenter des **phénomènes** naturels **remarquables** ou des aires d'une **beauté naturelle** et d'une importance esthétique exceptionnelles ;
- (viii) être des exemples éminemment représentatifs des **grands stades de l'histoire de la Terre**, y compris le témoignage de la vie, de processus géologiques en cours dans le développement des formes terrestres ou d'éléments géomorphiques ou physiographiques ayant une grande signification ;
- (ix) être des exemples éminemment représentatifs de **processus écologiques et biologiques** en cours dans l'évolution et le développement des écosystèmes et communautés de plantes et d'animaux terrestres, aquatiques, côtiers et marins ;
- (x) contenir les **habitats naturels** les plus représentatifs et les plus importants pour la conservation *in situ* de la diversité biologique, y compris ceux où survivent des espèces menacées ayant une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science ou de la conservation.

²⁵⁰ Ministère de l'Environnement de l'Energie et de la Mer, 2017, Patrimoine Mondial au Ministère de l'Environnement - Un réseau d'acteurs au service de territoires d'exception, https://objectif-paysages.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2021-01/Guide%20Patrimoine%20Mondial%20MTES_janvier_2017.pdf, janvier 2017, consulté le 4 mai 2025.

Figure 93 : Critères pour l'inscription sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel²⁵¹

Dans les dossiers de candidature, il est demandé à l'(aux) État(s) partie(s) soumissionnaires de démontrer qu'un élément proposé pour l'inscription sur la Liste représentative répond à l'ensemble des critères suivants :

- **R.1** L'élément est constitutif du patrimoine culturel immatériel tel que défini à l'[article 2](#) de la Convention.
- **R.2** L'inscription de l'élément contribuera à assurer la visibilité, la prise de conscience de l'importance du patrimoine culturel immatériel et à favoriser le dialogue, reflétant ainsi la diversité culturelle du monde entier et témoignant de la créativité humaine.
- **R.3** Des mesures de sauvegarde qui pourraient permettre de protéger et de promouvoir l'élément sont élaborées.
- **R.4** L'élément a été soumis au terme de la participation la plus large possible de la communauté, du groupe ou, le cas échéant, des individus concernés et avec leur consentement libre, préalable et éclairé.
- **R.5** L'élément figure dans un inventaire du patrimoine culturel immatériel présent sur le territoire de(s) l'(l')État(s) partie(s) soumissionnaire(s), tel que défini dans l'[article 11](#) et l'[article 12](#) de la Convention.

²⁵¹ UNESCO Patrimoine culturel immatériel, 2025, UNESCO - Procédure d'inscription d'éléments sur les Listes et de sélection de bonnes pratiques de sauvegarde, <https://ich.unesco.org/fr/procedure-d-inscriptions-00809> , 2025, consulté le 4 mai 2025.

Annexe F : Les types d'espaces pris en comptes dans les espaces couverts par les protections réglementaires, foncières ou contractuelles²⁵²

Indicateur Espaces

N°29 : Protections réglementaires & foncières & contractuelles

Calculs des espaces couverts par protections réglementaires ou foncières ou contractuelles, sans double compte.

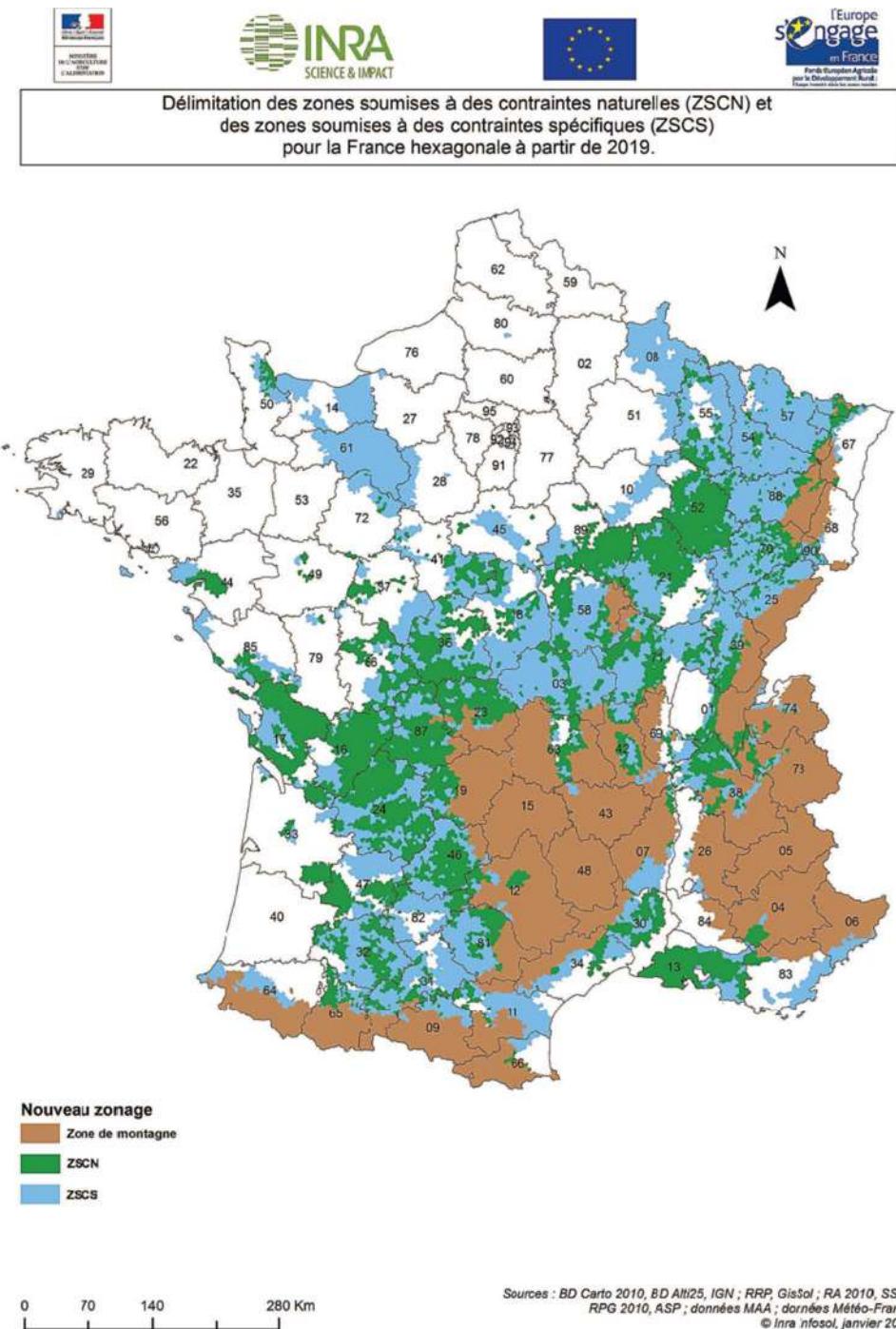
Types d'espaces pris en compte

- Arrêté de protection de biotope
- Arrêté de protection de géotope
- Arrêté de protection des habitats naturels
- Arrêté Listes de sites d'intérêt géologique
- Parc national, aire d'adhésion
- Parc national, zone cœur
- Parc naturel marin
- Parc naturel régional
- Périmètre de protection d'une réserve naturelle nationale
- Réserve biologique dirigée
- Réserve biologique intégrale
- Réserve intégrale de parc national
- Réserve nationale de chasse et de faune sauvage
- Réserve naturelle de Corse
- Réserve naturelle nationale
- Réserve naturelle régionale
- Site inscrit au titre de la Directive Habitats (ZSC, SIC, PSIC)
- Site inscrit au titre de la Directive Oiseaux (ZPS)
- Terrain acquis (ou assimilé) par un Conservatoire d'espaces naturels
- Terrain acquis par le Conservatoire du Littoral

²⁵² Inventaire national du patrimoine naturel (INPN), 2024, Listes des indicateurs espaces, <https://inpn.mnhn.fr/espace/protege/indicateur/recherche>, août 2024, consulté le 5 avril 2025.

Annexe G : Les zones agricoles défavorisées en vigueur depuis 2019

Figure 94 : Les zones agricoles défavorisées en vigueur depuis 2019²⁵³



²⁵³ Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, 2024, Aides aux exploitations : classement en zone défavorisée, <https://agriculture.gouv.fr/aides-aux-exploitations-classement-en-zone-defavorisee>, 19 avril 2024, consulté le 13 avril 2025.

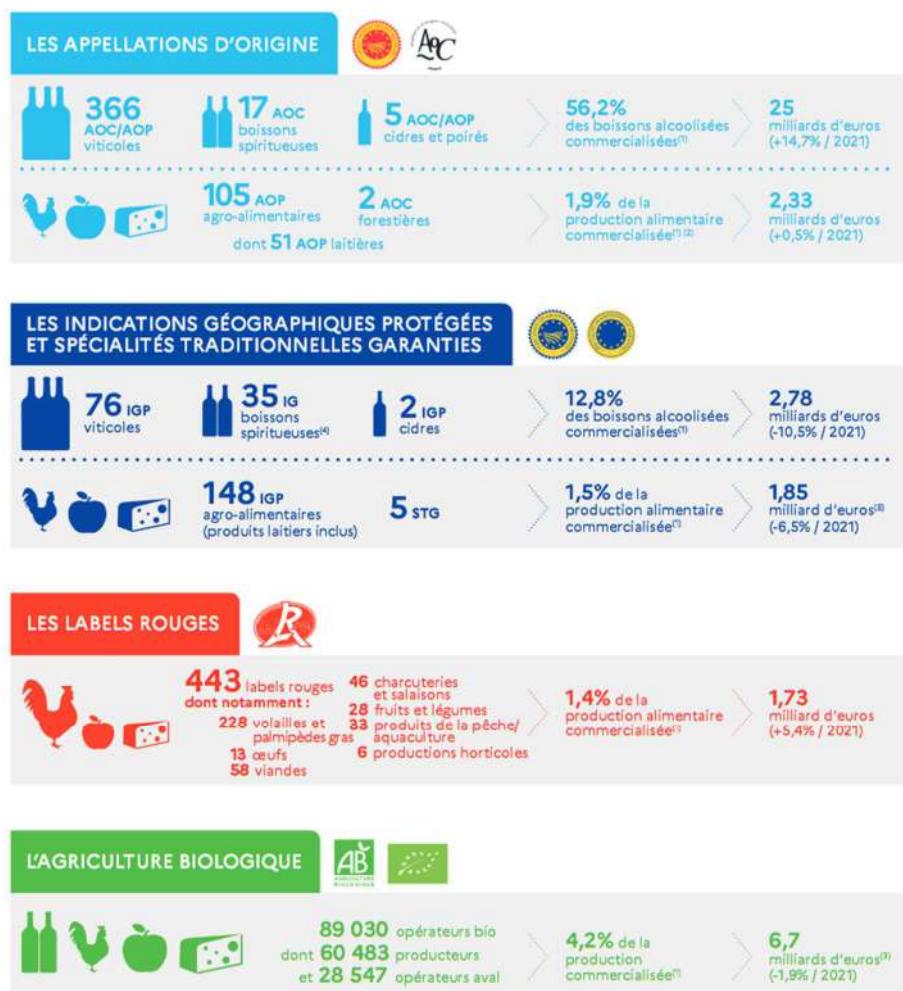
Annexe H : Infographie signes d'identification de qualité et de l'origine

Figure 95 : Infographie produits sous signe d'identification de la qualité et de l'origine²⁵⁴



LES PRODUITS SOUS SIGNE D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE

Chiffres-clés 2022



⁽¹⁾ Chiffre d'affaires HT SIQO estimé de la production commercialisée au stade sortie conditionnement (INAQ) par rapport au chiffre d'affaires HT de la production nationale commercialisée (Agreste 2021 et estimations INAO).

⁽²⁾ Ne sont pas pris en compte les 2 AOC forestières et l'AOP Fromage de Crave.

⁽³⁾ Chiffre d'affaires est mis à la première commercialisation HT (Agence bio, INAO).

⁽⁴⁾ Dans ce nombre, ne sont pas inclus les boissons spiritueuses AOC qui sont également des indications géographiques au niveau européen.

⁽⁵⁾ Ce chiffre inclut le chiffre d'affaires des produits vendus sous IGP et QTA, mais pour les volailles et fruits et légumes des produits vendus à la fois sous IGP et LInn'est comptabilisé que dans le chiffre d'affaires des Labels Rouges.

²⁵⁴ INAO, 2022, Les produits sous signe d'identification de la qualité et de l'origine - Chiffres clés 2022, <https://www.inao.gouv.fr/sites/default/files/2024-11/Chiffres-cl%C3%A9s-SIQO-2022.pdf>, 2022, consulté le 27 avril 2025.

Annexe I : Le balisage des sentiers de randonnée en Europe

Figure 96 : Carte des 5 systèmes de balisage en Europe²⁵⁵



²⁵⁵ European Union of Mountaineering Associations, 2022, *Waymarking in Europe - 4th edition*, <https://era-ewv-ferp.us19.list-anage.com/track/click?u=e254cc5dd233bd1609c3ed6ca&id=ce1df0a170&e=9911a55dcb>, 2022, consulté le 11 mai 2025.

Figure 97 : Tableau synthétique des systèmes de balisage en Europe²⁵⁶



Waymarking in Europe

4th edition, 2022

Waymarking Systems Table

	Right way	Change of direction	Wrong way
Belgium			
France			
Italy			
Netherlands			
Portugal			
Spain			
Austria			
Bulgaria			
Czech Republic			
Estonia			
Germany - Sachsen			
Hungary			
Latvia			
Liechtenstein			
Lithuania			
Poland			
Romania			
Slovakia			
Switzerland			
Albania			
Austria			
Bosnia & Herzegovina			
Croatia			
Germany - East Alps mountains			
Italy - All territories			
Italy - South Tirol			
Montenegro			
North Macedonia			
Serbia			
Slovenia			
Cyprus			
Denmark			
Finland			
Greece			
Luxembourg			
Norway			
Sweden			
United Kingdom			
France - Club Vosgien			
Germany - Baden-Württemberg			
Germany - Bayern, Hessen			
Germany - Baden-Württemberg			
Germany - Naturpark Frankenwald			
Italy - Liguria			
Italy - Valle d'Aosta			

Page 6

²⁵⁶ European Union of Mountaineering Associations, 2022, Waymarking in Europe - 4th edition, <https://era-ewv-ferp.us19.list-anage.com/track/click?u=e254cc5dd233bd1609c3ed6ca&id=ce1df0a170&e=9911a55dcb>, 2022, consulté le 11 mai 2025.

Annexe J : Le système de cotation des randonnées de la Fédération Française de Randonnée²⁵⁷

Figure 98 : Mesure de l'effort



Entre **0** et **25**, c'est le **niveau 1** qualifié de **Facile**. La randonnée pédestre est sans difficulté physique particulière. Ce niveau correspond aux promenades et aux balades.

Entre **26** et **50**, c'est le **niveau 2** qualifié d'**Assez Facile**. La randonnée pédestre présente peu de difficulté physique. Ce niveau correspond aux promenades et à de petites randonnées. C'est également la limite supérieure des sorties Rando Santé®.

Entre **51** et **75**, c'est le **niveau 3** qualifié de **Peu Difficile**. La randonnée pédestre nécessite un certain engagement physique qui reste toutefois mesuré. Ce niveau correspond à des randonnées pédestres modérées.

Entre **76** et **100**, c'est le **niveau 4** qualifié d'**Assez Difficile**. La randonnée pédestre présente des difficultés et nécessite un engagement physique certain. Ce niveau correspond à des randonnées pédestres plus soutenues.

Une valeur supérieure à **100** correspond au **niveau 5** qualifié de **Difficile**. La randonnée pédestre présente des difficultés et nécessite un engagement physique important. Ce niveau correspond à des randonnées pédestres très soutenues.

3

²⁵⁷ Fédération Française de la Randonnée Pédestre, 2020, Guide pratique de cotation des randonnées pédestres - Effort, Technicité, Risque, avec la FFRandonnée, estimez la difficulté de vos rando !, <https://www.ffrandonnee.fr/Media/Default/Documents/randonner/Guide-cotation-ffrandonnee-2020.pdf>, 2020, consulté le 11 mai 2025.

Figure 99 : Mesure de la technicité



Niveau 1 : FACILE : Itinéraire ou portion d'itinéraire ne présentant quasiment aucun obstacle particulier, ni quasiment aucune difficulté de progression (ex : parcours urbain). La pose du pied s'effectue à plat, en tout endroit du support.

Niveau 2 : ASSEZ FACILE : Itinéraire ou portion d'itinéraire présentant des obstacles d'une taille inférieure ou égale à la hauteur de la cheville. La pose du pied s'effectue en recherchant des zones «à plat», ou «confortables» du support, assez facilement repérables.

Niveau 3 : PEU DIFFICILE : Itinéraire ou portion d'itinéraire présentant au moins un obstacle d'une taille inférieure ou égale à la hauteur du genou. La pose du pied s'adapte à l'irrégularité du support. Le placement des appuis se fait sur les zones de meilleure adhérence.

Niveau 4 : ASSEZ DIFFICILE : Itinéraire ou portion d'itinéraire présentant au moins un obstacle d'une taille inférieure ou égale à la hauteur de la hanche. La pose du pied (pointe ou talon) s'adapte à l'irrégularité générale du support. L'utilisation des bâtons est nécessaire à un bon équilibre.

Niveau 5 : DIFFICILE : Itinéraire ou portion d'itinéraire présentant au moins un obstacle d'une taille supérieure à la hauteur de la hanche. Les franchissements nécessitent l'utilisation des mains. Les passages peuvent être ou sont sécurisés par des équipements. Les bâtons peuvent être une gêne à la progression.

4

Figure 100 : Mesure du risque



Niveau 1 - FAIBLE : niveau faible de risque d'accidents. L'exposition au danger peut être qualifiée de mineure. Exemples : chemin blanc en forêt, voie verte, itinéraires urbains avec aménagements piétonniers, itinéraires ruraux sans accidents de terrain marqués...

Niveau 2 : ASSEZ FAIBLE : niveau assez faible de risque d'accidents. L'exposition au danger demeure limitée. Les blessures sont possibles mais mineures (exemples : chemin au relief assez marqué avec présence possible de talus, luxation et entorses possibles en cas de chute...).

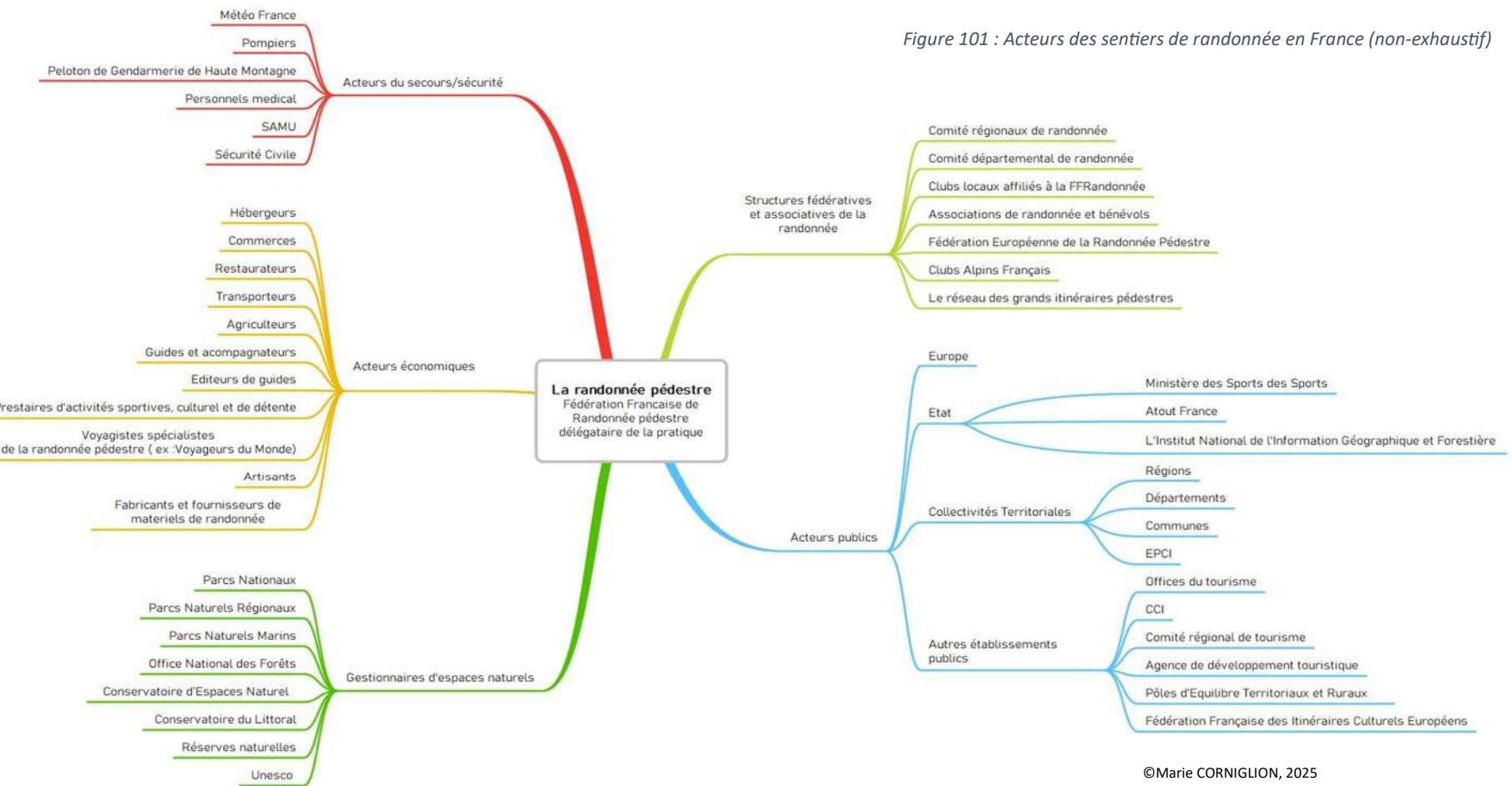
Niveau 3 : PEU ÉLEVÉ : niveau peu élevé de risque d'accidents. L'exposition au danger est avérée (exemple : itinéraire vallonné exposant le randonneur sur certains passages à de graves blessures, fractures...).

Niveau 4 : ASSEZ ÉLEVÉ : niveau assez élevé de risque d'accidents. L'exposition au danger peut être qualifiée de forte. Les possibilités de blessures graves sont réelles et multiples. Le danger de mort est possible (exemple : itinéraire de randonnée de montagne présentant des passages délicats à fort dévers, pentes raides exposées multiples, équipement possible, présence de barres rocheuses...).

Niveau 5 : ÉLEVÉ : niveau élevé de risque d'accidents. L'exposition au danger peut être qualifiée de «maximale». Le danger de mort est certain en cas de chute (exemple : itinéraire de type alpin avec engagement physique total, falaises, barres rocheuses multiples, itinéraires pouvant être équipés de prises et de mains courantes).

5

Annexe K : Acteurs des sentiers de randonnée en France^{258 259}



©Marie CORNIGLION, 2025

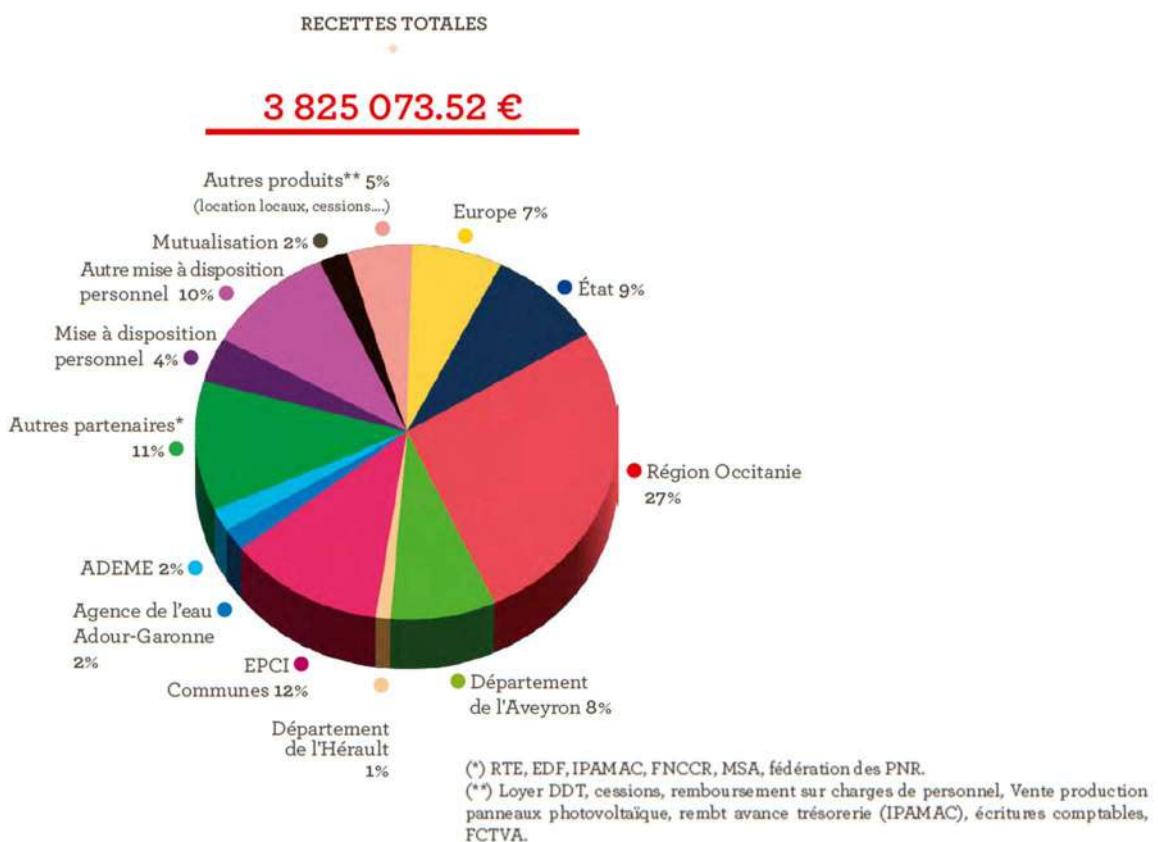
²⁵⁸ Rayssac Sébastien et Pénari Sébastien, 2017, « Tourisme et chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France : pratiques, acteurs et gouvernance du bien culturel », Sud-Ouest européen. Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, 17 novembre 2017, no 43, p. 21-37.

²⁵⁹ Atout France, 2019, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre : étude des marchés français, allemand et néerlandais, Paris, 188 p.

Annexe L : Le financement du Parc naturel régional des Grands Causses

Le parc est principalement financé en 2024 par les collectivités territoriales signataires de la charte ce qui représente 57% des recettes. Le parc perçoit une rémunération pour les prestations qu'il réalise comme par exemple la mise à disposition de personnel (d'agents pour l'entretien des sentiers de randonnée). (Parc naturel régional des Grands Causses 2025b)

Figure 102 : Données financières Parc des Grands Causses²⁶⁰



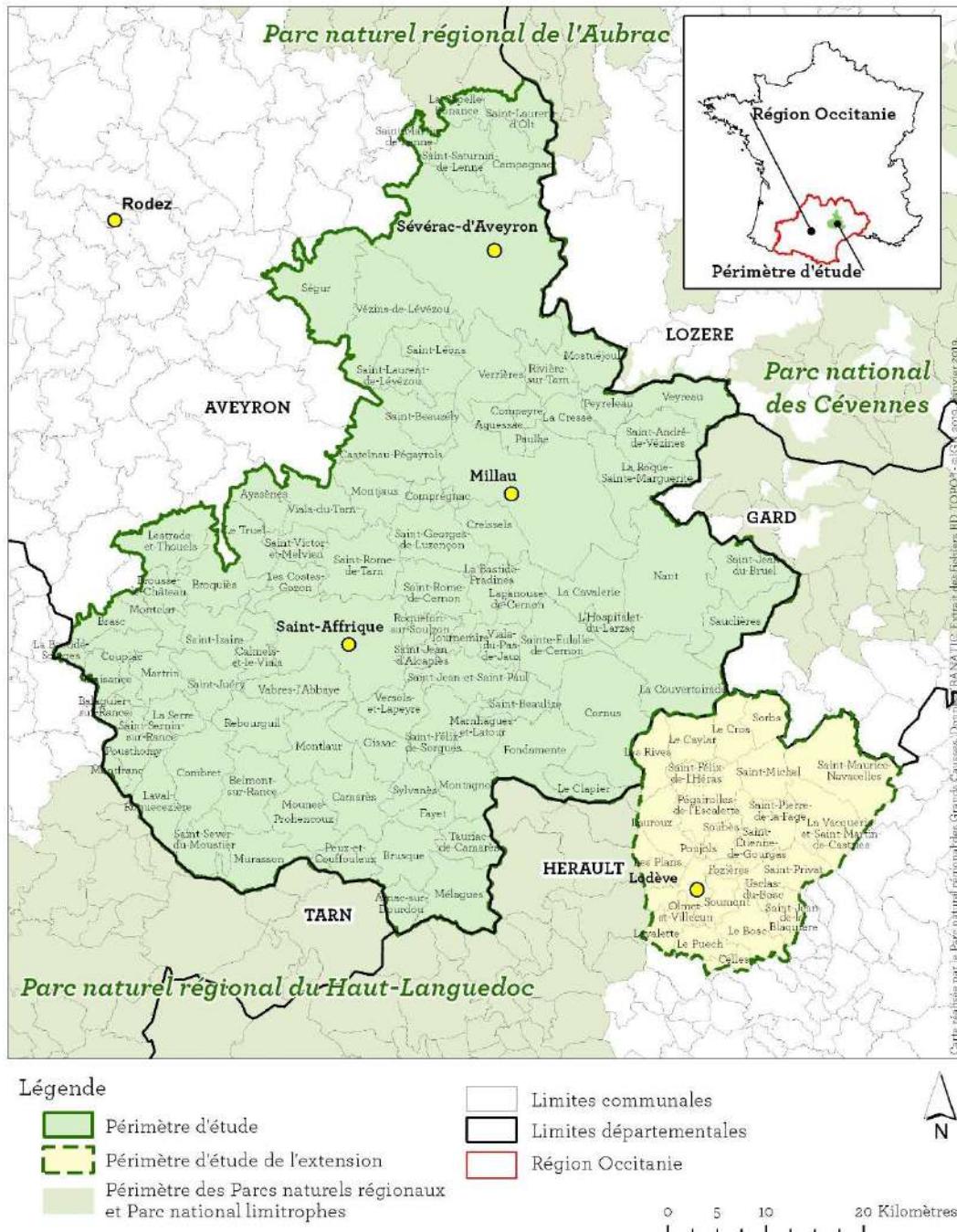
²⁶⁰ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2025, « Rapport d'activité 2024 ».

Annexe M : Périmètre d'extension du Parc naturel régional des Grands Causses²⁶¹



Révision de la Charte du Parc naturel régional des Grands Causses

Périmètre d'étude



²⁶¹ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2022, Révision de la Charte du Parc naturel régional des Grands Causses – Périmètre d'étude, 2022, consulté le 9 juin 2025

Annexe N : Fréquentation touristique au sein du Parc des Grands Causses²⁶²

Figure 103 : Répartitions des nuitées touristiques par mois en 2024

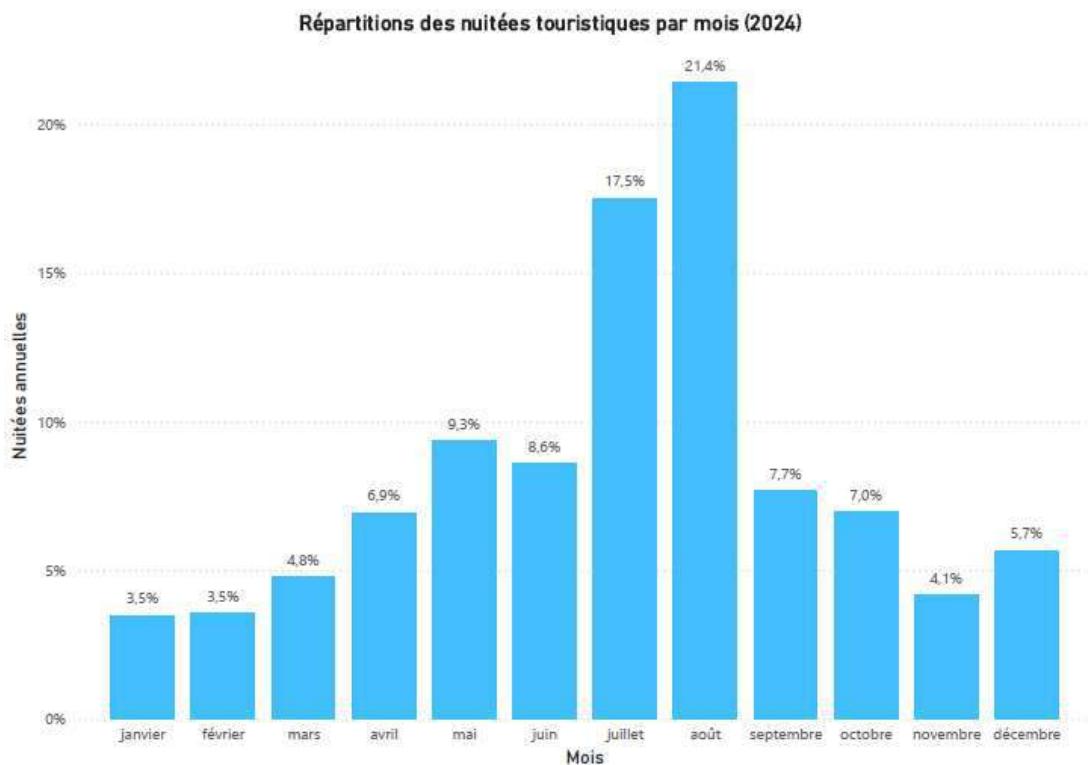
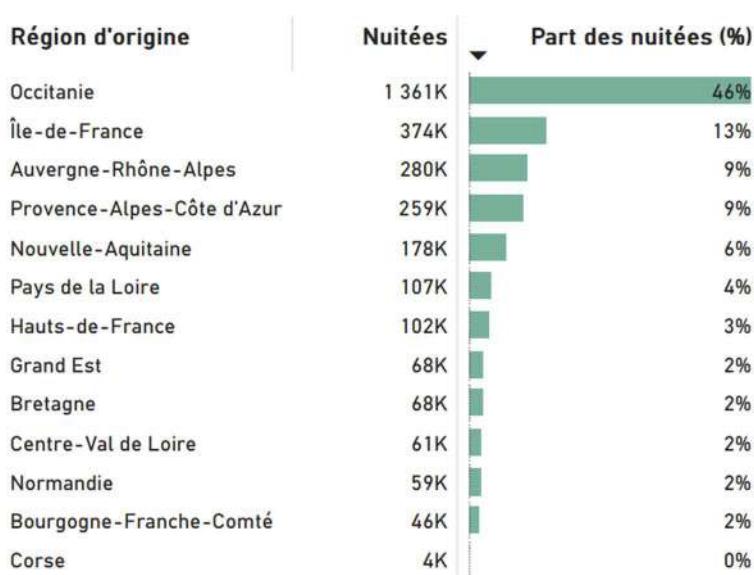


Figure 104 : Répartition des nuitées par régions d'origine en 2024



²⁶² Occitanie Tourisme Observatoire, 2024, La fréquentation des Parcs - Nuitées touristiques tous modes d'hébergements confondus - Zone observée : Parc naturel régional des Grands Causses du 01/01/2024 au 31/12/2024, <https://outils.crlloccitanie.org/obs-parc>, 2024, consulté le 21 juin 2025.

Figure 105 : 10 premiers départements de provenance des visiteurs en 2024

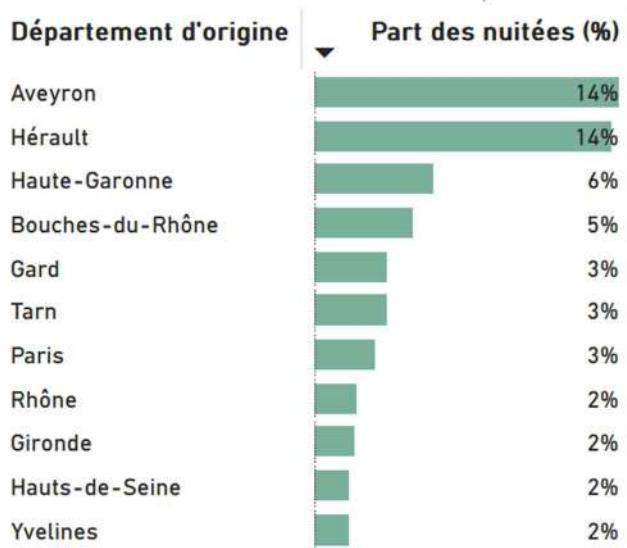
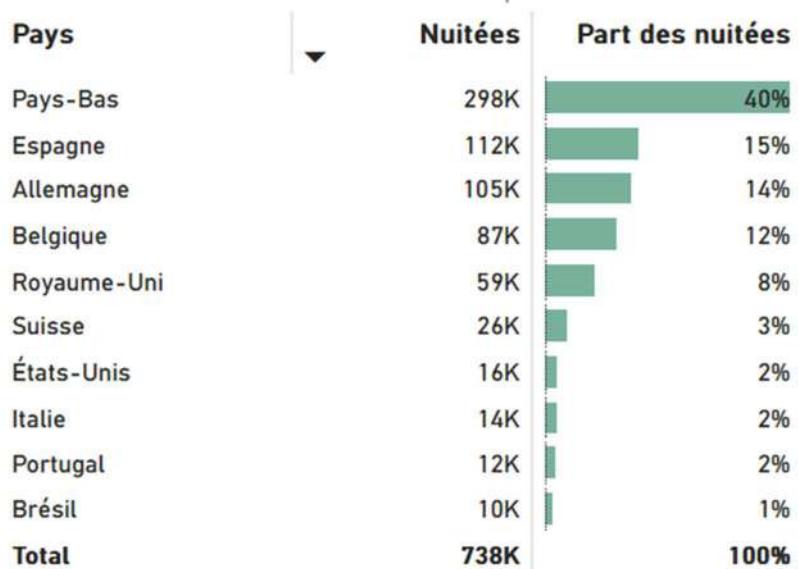
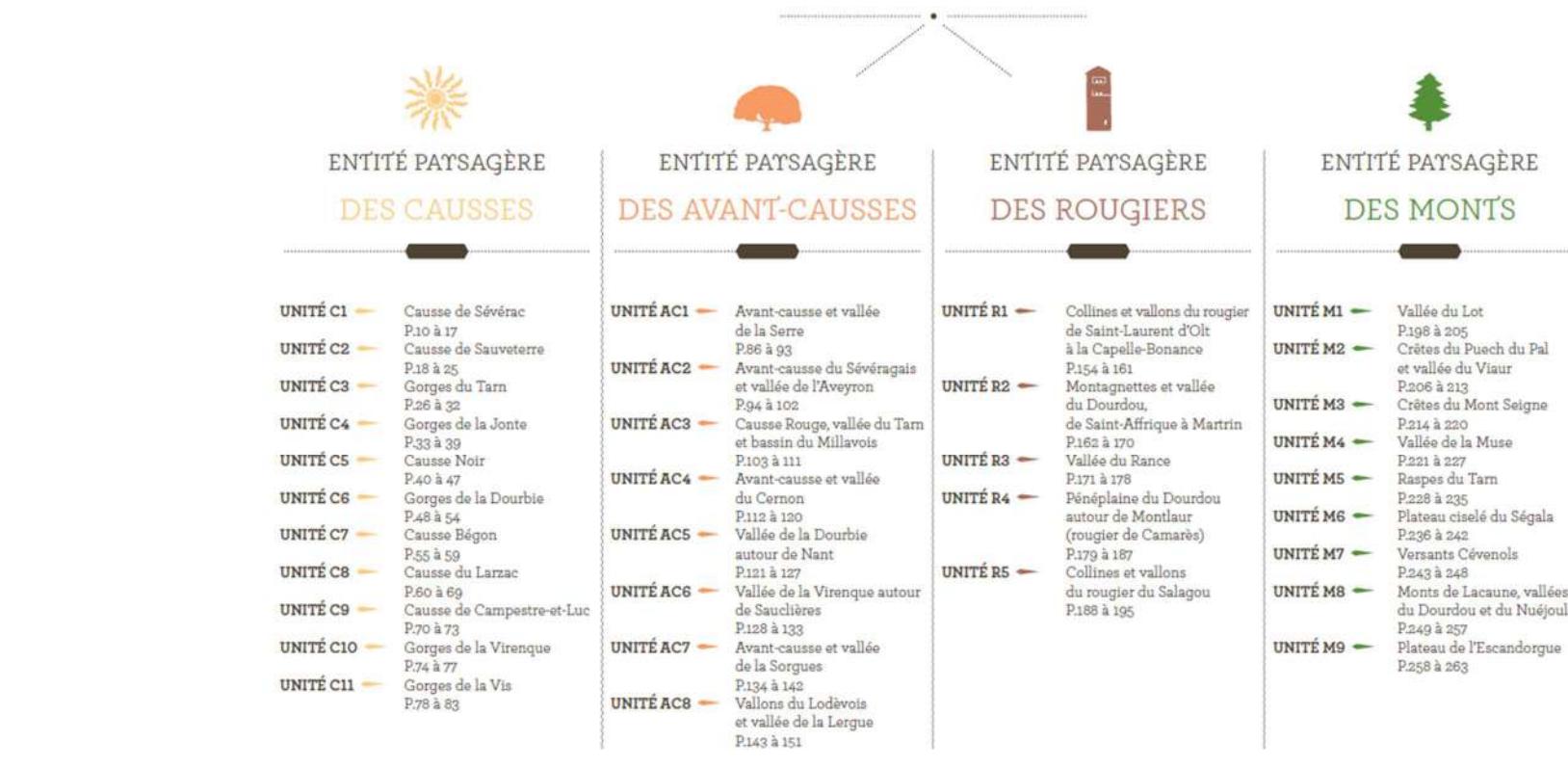


Figure 106 : Répartitions des nuitées par pays d'origine (Top 10)



Annexe O : Les 33 unités paysagères du Parc naturel régional des Grands Causses²⁶³

LES 33 UNITÉS PAYSAGÈRES DE L'ATLAS



²⁶³ Parc Naturel Régional des Grands Causses, 2020, « Atlas des paysages ».

Annexe P : Le patrimoine agropastoral des Causses et Cévennes²⁶⁴

Figure 107 : Le patrimoine agropastoral des Causses et Cévennes

- Les **dolines**, dépressions naturelles où s'est accumulée la terre, depuis toujours lieux de production agricole surtout fourragère, composantes remarquables du paysage des causses.
- Les **estives et terrains de parcours**.
- L'aménagement des pentes en **terrasses de cultures** dans les vallées cévenoles et les gorges des causses, témoignage du travail des hommes.
- Les **buisseries**, sur le causse du Larzac, chemins bordés de buis compacts matérialisant le parcours protégé du soleil et des intempéries.
- Les **frênes émondés**, pour la litière et la nourriture azotée du bétail.
- Les **cazelles**, petites constructions utilitaires en pierre sèche souvent circulaires, ont été édifiées par les berger pour se protéger du soleil et de la pluie, tout en gardant le troupeau de brebis.
- Les **jasses** ou bergeries, abris en pierre souvent voutés, couverts de lauzes, pour les ovins. Elles sont souvent associées à des murets ou à des tas d'épierrrement, encore dénommés **clapas**.
- Les **fermes isolées** ou les **hameaux**, construits dans le matériau local et adaptés aux conditions très rigoureuses du climat. Ces fermes comportent parfois des **aires à battre** le grain, entourées de murets et soigneusement dallées.
- Les **caves à fromages** nécessaires à l'affinage des produits tirés des troupeaux.
- Les **lavognes**, à l'origine trous d'eau aménagés puis dallés ou empierrés pour sauvegarder la qualité de l'eau.
- Les **toits-citerne**s, pour la récupération et le stockage des eaux de pluies.
- Les **clochers dits « de tourmente »** qui, outre les fonctions habituelles du clocher, devaient permettre aux berger et voyageurs de ne pas s'égarer dans l'intempérie de « la tourmente ».
- Les **chapelles** dédiées aux saints protecteurs des troupeaux et les **croix votives**, disposées sur les parcours et témoignant d'un lien immatériel évident entre religiosité et prospérité des troupeaux.

Ces attributs, renfermant souvent une forte charge immatérielle, sont autant de supports tangibles de l'expression de la valeur universelle d'un paysage culturel lié à l'agro-pastoralisme.

²⁶⁴ Jacques Sgard, GRAHAL, et Association de Valorisation de l'Espace Causses et Cévennes, 2010, Les Causses et les Cévennes Paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen - Exposé synthétique de la candidature à l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco, s.l., 34 p.

Annexe Q : Tableau de suivi marque Valeurs Parc²⁶⁵

	A	B	C	D	G	H	I	J	K	N	O	P	Q
	Auditeur (organisme)	Date d'attribution	Convention signée reçue	Date de renouvellement	Nom commercial	Raison sociale	Date création entreprise	Age entreprise (en années)	Forme de société	Adresse	CP	Ville	Département
1	PNR Grands Causses	19/07/2025	30/07/2021	30/07/2026	Le Repère des Anges	Famille Martin	01/07/2011	14	SARL	Route des Anges	12560	CAMPAGNAC	Aveyron
2													

	V	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	Logo site
	Site internet	Fiche Destination Parc	Civilité	Prénom	Nom	Email direct	Téléphone direct	ACTIVITE	Prestation(s)	Nombre de prestations marquées	Nombre de lits	Nombre d'emplacements nus	Capacité d'accueil	Autres labels	
1	https://www.example-le-repere-des-anges.fr/	ok	Madame	Delphine	Martin	iereperedesanges@example.fr	05 65 61 00 00	Hébergement	Gites	3	15	0	15	Ecogites	
2															

²⁶⁵ Marie CORNIGLION, 2025, Tableau de suivi marque Valeurs Parc

Annexe R : Spécialisation agricole des communes étudiées

Figure 108 : Parcelles arboricoles et viticoles entre Millau et Mostuéjouls

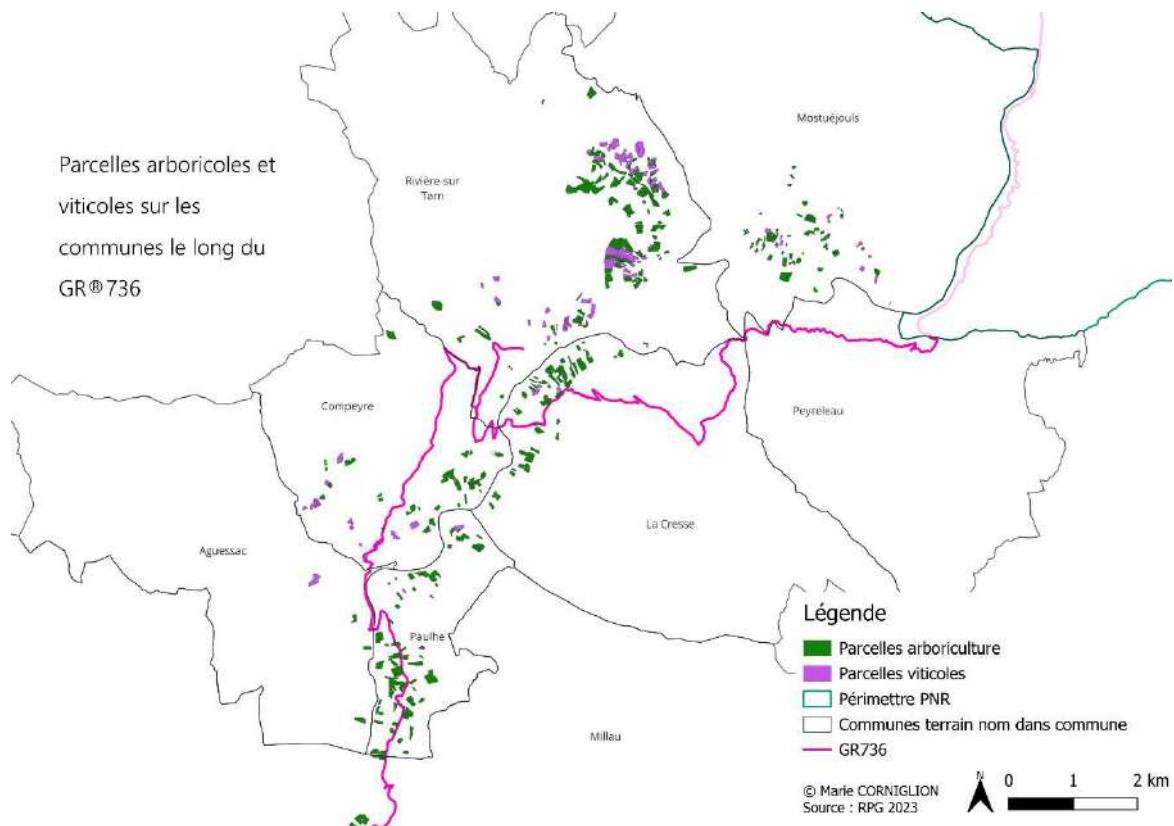


Figure 109 : Répartition du type de culture dans les communes le long du GR

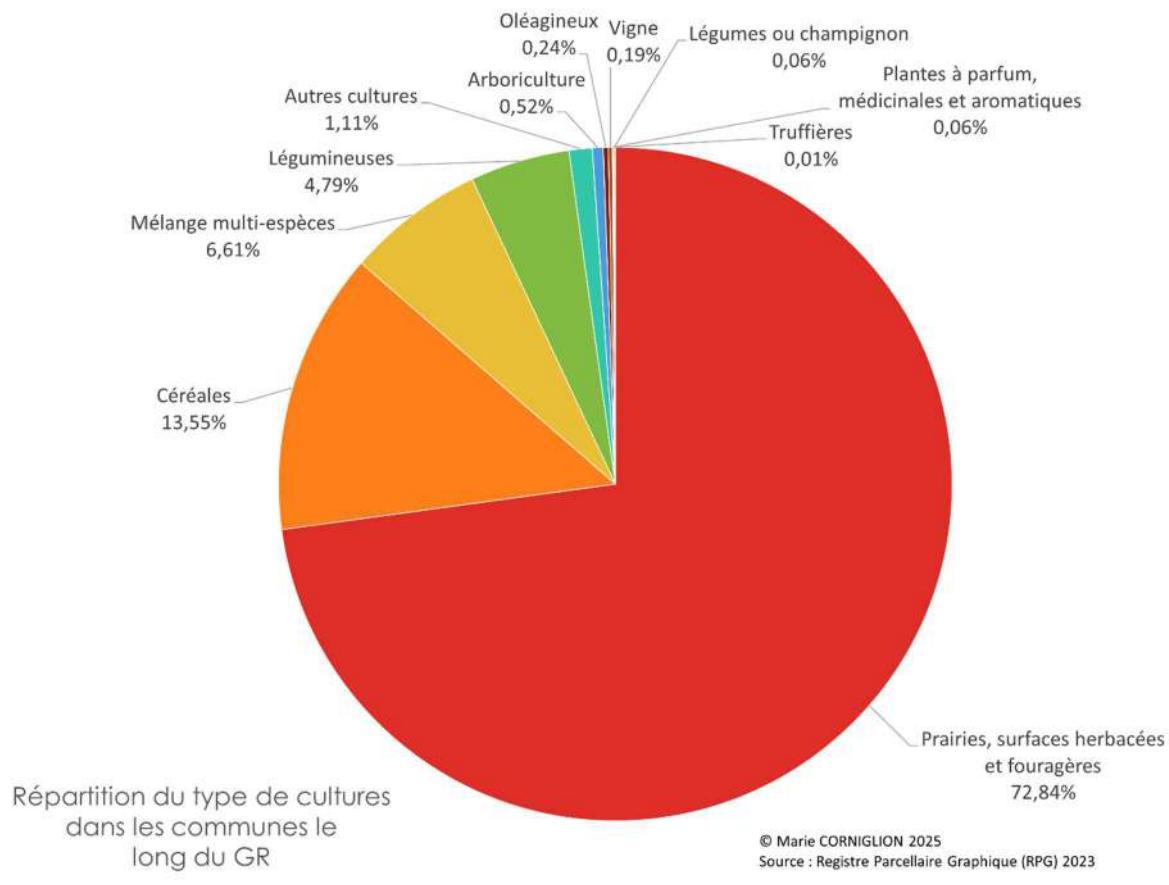


Figure 110 : Répartition des cultures céréalier es dans les communes le long du GR

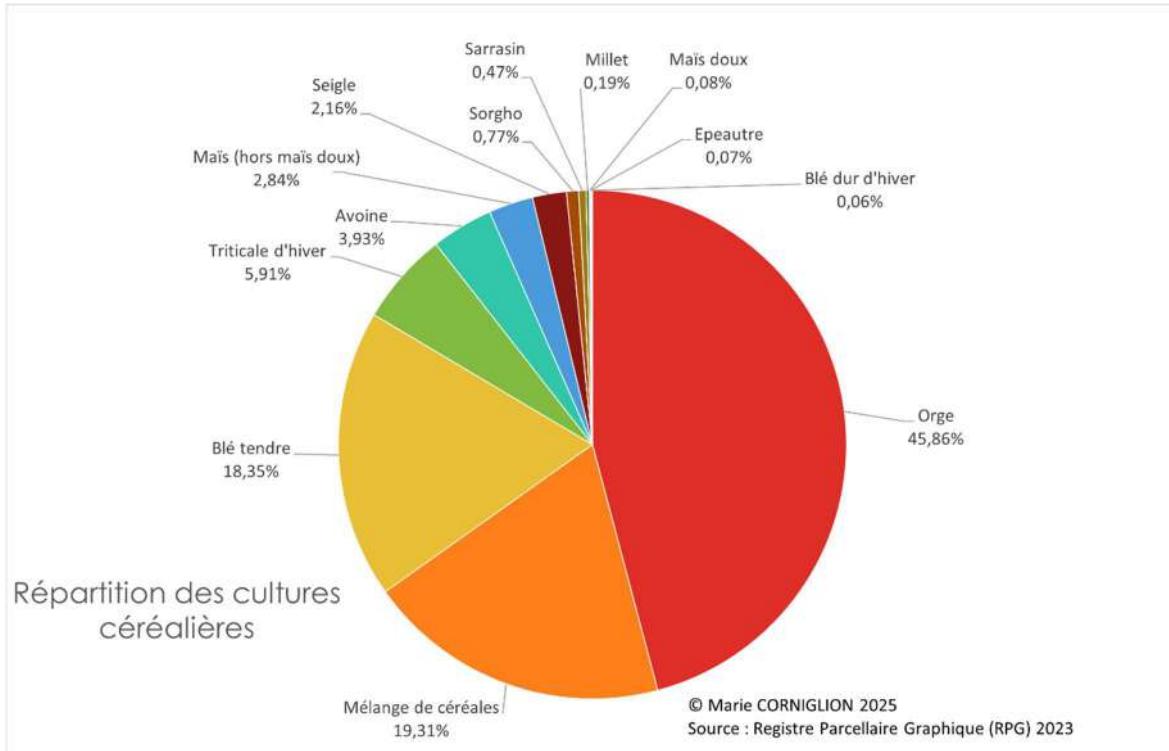
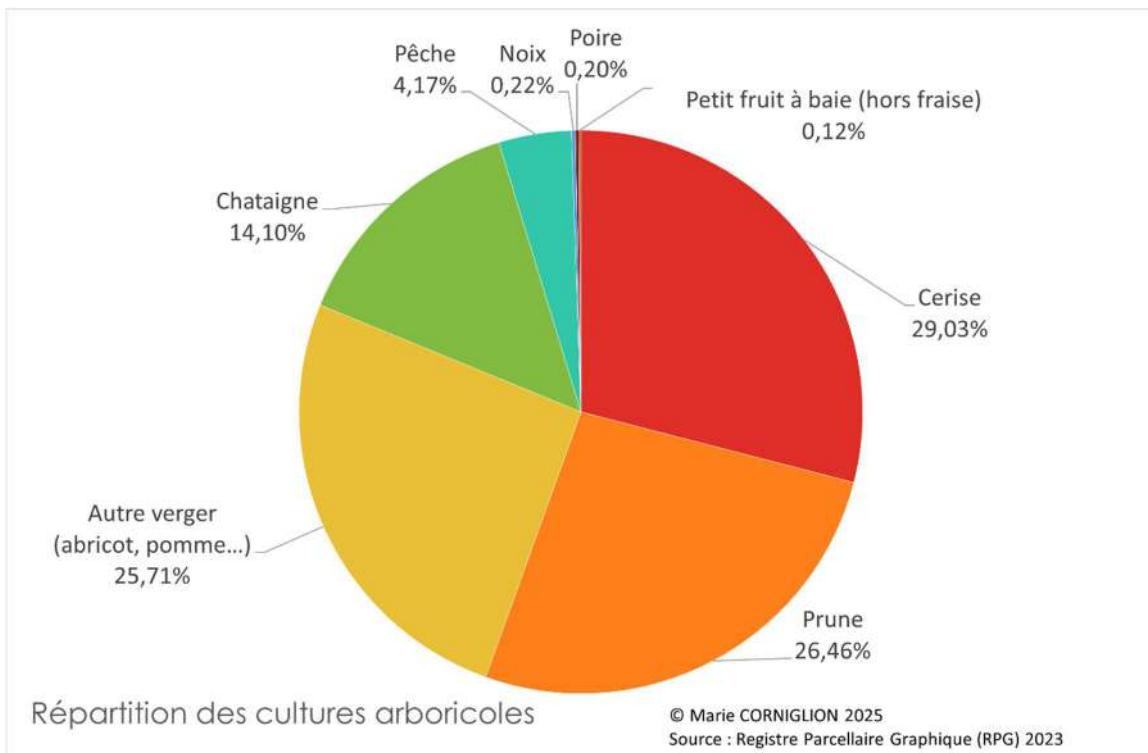


Figure 111 : Répartitions des cultures arboricoles dans les communes le long du GR



Annexe S : Guide d'entretien à destination des agriculteurs proposant une offre agritouristique

Rappel du cadre :

Je suis en stage au Parc naturel régional des Grands Causses, je réalise un travail sur l'agritourisme le long du GR®736. Je m'entretiens avec vous aujourd'hui pour avoir le point de vue d'un professionnel. Cet entretien durera environ 45 min.

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

Cet entretien est anonyme, votre nom n'apparaîtra pas. Acceptez-vous que l'entretien soit enregistré ? Il sera retranscrit par la suite afin de faciliter la prise de notes.

Thème	Questions	Relances	Ce qui est recherché	Remarques
Présentation de l'acteur et de ses activités	Pourriez-vous vous présenter ?	<ul style="list-style-type: none">○ Nom prénom○ Age ou tranche d'âge○ Métier○ Depuis combien de temps exercez-vous ce métier ?	Connaitre l'acteur interrogé	
	Pourriez-vous présenter votre exploitation et ses différentes productions ?	<ul style="list-style-type: none">○ Nom et nom exploitation○ Ancienneté de l'exploitation○ Productions de l'exploitation,○ Productions sous SIQO et labels○ Types d'activités d'accueil à la ferme (visites, hébergement...)	Connaitre l'exploitation et ses activités et productions	

Présentation de l'activité agritouristique	Pouvez-vous décrire vos activités agritouristiques (visites, hébergement...) ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nommer et décrire les activités ○ Comment fonctionnent-elles ? ○ Fréquentation des activités (saisonnière ?) ○ Qui s'occupe de ses activités ? 	Connaitre l'ensemble des activités agritouristiques	
	Qu'est-ce qui vous a motivé à démarrer une activité agritouristique ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Depuis combien de temps proposez-vous un accueil à la ferme ? ○ 	Connaitre les motivations	
	Comment avez-vous développé votre projet d'agritourisme ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Comment votre projet né ? ○ Quels ont été vos sources d'informations ? ○ Qui vous a aider ou conseiller 		
Communication	De quelles manières communiquez-vous sur cette activité ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Numérique ○ Évènements ○ Auprès des OT ○ Site internet perso 	Connaitre la manière dont l'agriculteur fait la promotion de ses activités	
Clientèles	Pouvez-vous me parler de votre clientèle ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Type de clientèle (randonneurs ou autre ?) 	Connaitre la clientèle de l'agriculteur ?	
	Pour vos activités les visiteurs doivent ils réserver ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Comment réservent-ils ? ○ Sur quels outils (Eloa ?) ○ <i>Pourquoi ne faites-vous pas réserver ?</i> 	Connaitre les habitudes de réservation des visiteurs	
	Quelles sont les attentes des visiteurs ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Que recherchent les visiteurs ? ○ De quelles manières ils s'informent sur vos offres ? 	Connaitre les attentes des visiteurs	

Futur	Comment ce traduit la satisfaction de vos visiteurs à propos de vos activités agritouristiques ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Quels sont les retours ? 		
	Conseillez-vous à vos visiteurs d'autres activités touristiques ou agritouristiques ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Quelles activités agritouristiques ? ○ Où ? 		
	Selon vous quelles dépenses vos visiteurs seraient-ils prêts à faire pour pratiquer une autre activité sur l'exploitation ?			
	Conseillez-vous à vos visiteurs d'autres activités agritouristiques ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lesquelles et pourquoi 		
	Envisager vous développer ou diversifier votre activité agritouristique ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ De quelle manière ? ○ Quelles activités ? 	Identifier les futurs projets agritouristiques	
	Comment avez-vous connaissance des besoins des visiteurs qui impliquerait une rémunération ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Quelles pistes de développement pour exploitation envisagez-vous en lien avec ses besoins ? 	Identifier si l'agriculteur prend en compte les besoins des visiteurs pour l'évolution de son offre	
	Si vous aviez une baguette magique quelles activités imagineriez-vous développer en réseaux avec les autres exploitants situé le long du GR ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Quelles activités ? ○ Avec qui ? ○ De quelle manière ? 	Recenser les propositions émises	

Adéquation entre imaginaires et pratiques	Pensez-vous que l'imaginaire du visiteur correspond à ce que vous proposez ?		Identifier l'écart entre l'imaginaire du visiteur et la réalité de l'offre agritouristique	
	Est-ce qu'il arrive que le visiteur venant chez vous soit déçu ou au contraire soit agréablement surpris ?			
Limites /difficultés problématiques	Pourriez-vous me parler des principales difficultés que vous rencontrez ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Quelles difficultés avez-vous pu rencontrer lors de la diversification vers l'agritourisme ? 	Connaitre les difficultés auxquelles sont confrontés les agriculteurs dans leur activité agricole et agritouristique	
Les besoins des agriculteurs	Selon vous de quels seront vos besoins ? Quels sont vos besoins pour améliorer ou développer votre activité agritouristique ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Accompagnement <input type="radio"/> Formations <input type="radio"/> Conseils juridiques <input type="radio"/> Aides financières 	Connaitre les besoins éventuels des exploitants en matière d'agritourisme	
	Savez vous ou vous allez trouver les réponses aux questions que vous vous poserez ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Chambre d'agriculture <input type="radio"/> CIVAM <input type="radio"/> Autre ? 	Savoir si l'agriculteur à connaissance des sources d'informations	
Les dimensions économiques de la prestation agritouristique	Faites-vous payer le service agritouristique ?	<p>Faites-vous payer toute vos prestations ?</p> <p>Pour quelles raisons ne faites-vous pas payer vos prestations ?</p>		
	Qu'est-ce que cette activité vous apporte d'un point de vue économique ?	Faites-vous payer le service agritouristique ?		

	Quel est votre regard sur le fait de faire payer la prestation (pour chaque prestation proposé) ? (Retombées économiques/dimension économique)			
Clôture entretien	Avez-vous quelque chose à ajouter ? Remerciements			

Annexe T : Guide d'entretien à destination des agriculteurs non agritouristiques

Rappel du cadre :

Je suis en stage au Parc naturel régional des Grands Causses, je réalise un travail sur l'agritourisme le long du GR®736. Je m'entretiens avec vous aujourd'hui pour avoir le point de vue d'un professionnel. Cet entretien durera environ 20 min.

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

Cet entretien est anonyme, votre nom n'apparaîtra pas. Acceptez-vous que l'entretien soit enregistré ? Il sera retranscrit par la suite afin de faciliter la prise de notes.

Thème	Questions	Relances	Ce qui est recherché	Remarques
Présentation de l'acteur et de ses activités	Pourriez-vous vous présenter ?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nom prénom<input type="radio"/> Age ou tranche d'âge<input type="radio"/> Métier<input type="radio"/> Depuis combien de temps exercez-vous ce métier ?	Connaitre l'acteur interrogé	
	Pourriez-vous présenter votre exploitation et ses différentes productions ?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nom et nom exploitation<input type="radio"/> Ancienneté de l'exploitation<input type="radio"/> Productions de l'exploitation,<input type="radio"/> Productions sous SIQO et labels<input type="radio"/> Types d'activités d'accueil à la ferme (visites, hébergement...)	Connaitre l'exploitation et ses activités et productions	

Activité agritouristique	Quelles sont raisons pour lesquelles vous n'avez pas développer d'activités d'agritouristique sur votre exploitation ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Humaines <input type="radio"/> Financières <input type="radio"/> Temporelles 	Connaitre les causes de la non-diversification	
	Envisagez-vous tous de même de vous diversifier un jour et de proposer une activité ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Dans combien de temps envisager vous de vous diversifier ? <input type="radio"/> Quelles activités envisager vous de développer <input type="radio"/> Savez vous de quelle manière vous aller procéder pour cette diversification et qui peut vous aider ? <input type="radio"/> Qu'est-ce qui vous motive à démarrer une activité agritouristique ? 	<p>Savoir si une nouvelle activité agritouristique va se développer.</p> <p>Connaitre les motivations</p>	
Les besoins des agriculteurs	Selon vous de quels seront vos besoins lorsque vous allez vous lancer dans l'agritourisme ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Accompagnement <input type="radio"/> Formations <input type="radio"/> Conseils juridiques <input type="radio"/> Aides financières 	Connaitre les besoins de l'agriculteurs qui se diversifie	
	Savez vous ou vous allez trouver les réponses aux questions que vous vous poserez ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Chambre <input type="radio"/> CIVAM <input type="radio"/> Autre ? 	Savoir si l'agriculteur à connaissance des sources d'informations	
Communication	De quelles manières communiquez-vous sur cette activité ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Numérique <input type="radio"/> Évènements <input type="radio"/> Auprès des OT <input type="radio"/> Site internet perso 	Connaitre la manière dont l'agriculteur fait la promotion de ses activités agricoles	

Limites /difficultés problématiques	Pourriez-vous me parler des principales difficultés que vous rencontrez ?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Quelles difficultés avez-vous pu rencontrer au quotidien ? 	Connaitre les difficultés auquel fait face l'agriculteur	
Clôture entretien	Avez-vous quelque chose à ajouter ? Remerciements			

Annexe U : Guide d'entretien à destination des prescripteurs de l'offre agritouristique

Rappel du cadre :

Je suis en stage au Parc naturel régional des Grands Causses, je réalise un travail sur l'agritourisme le long du GR®736. Je m'entretiens avec vous aujourd'hui pour avoir le point de vue d'un professionnel. Cet entretien durera environ 45 min.

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

Cet entretien est anonyme, votre nom n'apparaîtra pas. Acceptez-vous que l'entretien soit enregistré ? Il sera retranscrit par la suite afin de faciliter la prise de notes.

Thème	Questions	Relances	Ce qui est rechercher	Remarques
Présentation de l'acteur et de ses activités	Pourriez-vous vous présenter ?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nom prénom<input type="radio"/> Age ou tranche d'âge<input type="radio"/> Métier<input type="radio"/> Depuis combien de temps exercez-vous ce métier ?	Connaitre l'acteur interrogé	
	Pourriez-vous présenter votre activité ?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nom activité<input type="radio"/> Ancienneté de l'activité<input type="radio"/> Prestations de l'activité,<input type="radio"/> Labels	Connaitre l'exploitation et ses activités et productions	
Les besoins des randonneurs	Quelles sont les demandes des visiteurs en lien avec le GR®736 ?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/>		
	Quels sont les besoins d'un randonneur du GR ? Comment y répondre ?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> À quelles problématiques il peut être confronté le long du GR ?	Connaitre les besoins des randonneurs	

	Selon vous les randonneurs utilisent ils beaucoup leur smartphone au cours de leur itinérance ?		Savoir de quelle manière ils s'orientent	
	Quels sont les demandes des visiteurs en lien avec l'agritourisme ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Visites <input type="radio"/> Marchés de producteurs 	Connaitre les attentes des visiteurs	
Présentation des activités agritouristiques du territoire	Que pouvez-vous me dire sur l'offre agritouristique de votre territoire ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Quels types produits sont proposés sur le territoire en lien avec l'agritourisme ? <input type="radio"/> Raisons de la disparition de l'offre agritouristique ? 	Connaitre l'ensemble des activités agritouristiques	
	Quelles prestations agritouristiques recommandez-vous le plus et pour quelles raisons ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Il y en a-t-il d'autres prestations agritouristiques ? <input type="radio"/> 		
	Comment vous avez connaissance de l'offre disponible en matière d'agritourisme ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Participez-vous aux éductours des Offices de Tourisme ? 		
Communication autour de l'agritourisme	De quelle manière valorisez-vous l'agritourisme ? Sur quels supports de communication ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Avez-vous une brochure dédiée ? <input type="radio"/> Numérique <input type="radio"/> Évènements <input type="radio"/> Auprès des OT <input type="radio"/> Site internet perso 	Connaitre la manière dont l'agriculteur fait la promotion de ses activités touristiques	
	Proposez-vous des éductours en lien avec l'agritourisme ?	Ces éductours sont réservé uniquement au personnel de l'OT ou ils sont également ouverts aux prestataires ?		Question à destination des OT

Futur de l'agritourisme sur le territoire	Quels produits agritouristiques pourriez-vous imaginer voir se développer sur le territoire ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> De quelle manière ? <input type="radio"/> Quelles activités ? 	Recenser les propositions émises	
	Quels produits agritouristiques pourrait ton développer le long du GR®736 ?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Quels produits innovants verriez-vous ? 		
Adéquation entre imaginaires et pratiques	Pensez-vous que l'imaginaire du visiteur correspond à l'offre agritouristique présente sur le territoire ?		Identifier l'écart entre l'imaginaire du visiteur et la réalité de l'offre agritouristique	
	Est-ce qu'il arrive que le visiteur soit déçu ou au contraire soit agréablement surpris lorsqu'il a effectué une activité agritouristique ?			
Questions spécifiques Chambre d'agriculture	Quels sont les besoins des agriculteurs ?		Connaitre les difficultés auquel fait face l'agriculteur	
	Quels sont les aides /accompagnement disponibles pour les agriculteurs qui ont la volonté de se diversifier en agritourisme ?	Existe-t-il un guide des aides existantes ?	Connaitre les accompagnement et aides qui existent pour la diversification en agritourisme	
	Quels sont les problématiques majeurs qu'il rencontrent lorsqu'ils cherchent à se diversifier ?		Connaitre les problématiques que rencontre les agriculteurs au cours de leur diversification	
Clôture entretien	Avez-vous quelque chose à ajouter ? Remerciements			

Annexe V : Tableau d'analyse entretiens agriculteurs agritouristiques

Liste des entretiens	Sous thèmes	L'activité agricole et ses productions	Thème 1 : L'exploitation agricole, naissance du projet d'agritourisme et motivations						Motivations		
			Le projet agritouristique	Difficultés du métier d'agriculteur	Des difficultés mais aussi des atouts !	Un projet agritouristique pensé dès le début...	Une ouverture au monde pour les enfants	Sensibiliser et faire connaître et valoriser la production auprès du public	Une anticipation de l'avenir	Valoriser une production non commercialisable (des fruits déclassés)	Pour valoriser un patrimoine bâti ...
Entretien 3		<ul style="list-style-type: none"> - Il y a que des céréales et de la luzerne. En gros du fourrage. Voilà il n'y a pas de bête sur les terres - On avait les poulets, les agneaux, le jardin. 	<p>-En fait, on faisait tout, hein. On avait les poulets, les agneaux, le jardin. Après on avait des producteurs si un peu à maraîchage, on n'arrivait pas à tout faire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mais c'est des terres un peu difficiles à travailler. - C'est tout en dessous la montagne, donc c'est très argileux. C'est difficile d'accès et quand on y rentre, il faut qu'il ne pleuve pas trop comme là les céréales ont rien donné parce que ça avec l'argile c'est terrible. Mais quand ça pousse, il y a de... il y a du rendement quand même, mais c'est particulier. Pour travailler ces terres, il faut être équipé hein - Maintenant il faut travailler seul, il faut pas avoir de salariés sinon, c'est trop compliqué et avec les charges et tout, tout ça va dans les salaires hein - On les payé bien et ça faisait quand même 1/3 de ce qu'on rentrait comme argent hein, c'était énorme. Ouais, et même un peu plus. Donc j'avais un très bon chiffre d'affaires par rapport aux autres fermes auberge mais au niveau à la fin en fait j'avais beaucoup moins qu'eux à cause des salariés hein. Mais bon c'était un choix. Moi, je pouvais pas travailler seul. 	<p>- moi je suis à l'origine du projet donc c'est depuis 81, mai 81 donc ça fait pas mal d'années, ça fait 44 ans</p> <ul style="list-style-type: none"> - C'était super quand même quand j'y pense à 25 ans là, que des bananes qui savaient rien faire. Et on avait du monde partout. - J'ai monté la ferme auberge tout de suite - c'était un peu pionnier. Y avait déjà une ferme auberge dans la région et moi, donc j'étais la 2nde et j'ai toujours fait que ça avec les chambres d'hôtes et la ferme. - Nous, ça a toujours été le tourisme en premier mais en servant quand même le maximum de produits de la ferme ou des autres fermes et en fabriquant tout, c'est de la vraie cuisine quoi, c'est pas de des achats et puis on met sur table quoi 					<ul style="list-style-type: none"> - il y avait cette ferme qui était abandonnée. Donc ça appartenait à la famille mais y avait plus personne depuis 1936, - moi petite, on habitait au enfin on habitait. On a passé les vacances au Château et je montais avec la la fermière du Château garder les brebis et j'avais toujours dit je veux habiter là, et puis j'ai du coup passé un diplôme agricole, j'ai fait un BTS et du coup j'ai été héritière directe 		
Entretien 5		<ul style="list-style-type: none"> - Non mais dans la vallée il y a cerise, mirabelle, c'est vraiment le maximum et tous les arbo, il y en a quelques uns qui vont faire un peu de pêche, un peu d'abricot, de la pomme, mais la grosse majorité c'est cerise et mirabelle. - Ben ils sont obligés déjà il y a aucun arboriculteur qui fait que cerise ça existe pas. Un minimum, mais c'est vraiment un minimum minimum, ils font cerise et mirabelle. Et la plupart du temps, ils ont d'autres activités, soit de l'élevage, soit soit une activité salariée à côté, soit du maraîchage - il y a jamais eu de gens qui, enfin, même même avant, il y avait pas de gars qui faisaient que de la cerise, ça existe pas ça. 	<p>-Alors la cerise est en crise grave là en ce moment avec l'histoire mouche Suzuki qui est donc une mouche qui qui est abime fruit qui les rendent très difficiles à commercialiser</p> <ul style="list-style-type: none"> - après l'autre difficulté, c'est qu'il y a 2 structures coopératives dans la vallée et que franchement, il y a à peine à la place d'une quoi. Donc, si on était raisonnable, il y en aurait qu'une... bon ça pareil, - il reste que les problèmes de commercialisation donc qui sont liés au fait aussi qu'il y a 2 coopératives - enfin le problème c'est que maintenant ils sont tellement dans la mouise que est-ce qu'ils ont l'énergie pour en plus se lancer là-dedans [IGP], sachant qu'il y a des perspectives qui sont pas forcément très encourageantes, c'est c'est compliqué quoi. - les perspectives, c'est que tant qu'on n'aura pas réglé le problème de Suzuki, ils ne sont jamais sûr de leur récolte quoi, ils sont de toute manière en cerise, on n'est jamais sûr, mais là c'est encore pire quoi. C'est à dire que ce mouche là Suzuki, elle pique quasiment au moment de la récolte, le développement de des vers est très très rapide, donc en l'espace de de d'une période de 2 jours, votre fruit il est immangeable - enfin, donc c'est vraiment difficile de s'investir pour eux, enfin à mon avis pour eux de s'investir pour dire bon allez, on fonce, on plante des vergers et puis on va faire toutes les démarches pour faire un IGP. C'est très long. C'est ... donc chaque année, moi j'ai des arbo qui me disaient « Moi j'en ai marre, j'arrête » quoi, ou je veux je veux arrêter, ils s'arrêtent pas hein tous les jours mal. Bon, la reprise est... y quasi personne. C'est c'est, c'est compliqué après ouais, ça peut tenir à une poignée de gars très, très courageux pourquoi pas 	<p>- il y a eu un regroupement de des jeunes, de quelques jeunes arboriculteurs d'une dizaine, mais c'est très bien déjà pour justement voir quelles étaient, et notamment les les, les solutions avec... pour pour Suzuki et essayer de se rapprocher au plus d'une agriculture bio, d'une production bio. Ça, c'est un bon début.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un verger, ici par exemple, c'est nettement plus joli et c'est dans un environnement nettement plus plus sympa que si on regarde les cerises de Montauban ou c'est... nous, ça reste encore une production justement à taille humaine quoi. - Par exemple pour Suzuki, une des solutions c'est de mettre des des, des filets autour, mais c'est pour nous, c'est plus compliqué parce qu'en plus c'est en pente, des choses comme ça. Mais de ça on pourra tirer un atout justement si on avait une IGP ou si on communiquait là-dessus. 	<p>- Le principe de le départ, enfin le l'idée de départ, c'est que donc on est dans une région qui est très touristique, on est dans une région de production de cerises</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sauf que on s'est aperçu que la plupart des gens qui venaient dans la vallée reportaient sans savoir, qu'on était justement qu'on avait cette production là, qu'on faisait des du fruit, notamment pour une région. Je vais y arriver... une raison simple, c'est que les cerises au mois de juin et que la haute saison touristique c'est plutôt juillet aout, donc le but alors c'est venu aussi du fait que sur la commune y a eu un don de fait du bâtiment par un habitant de la commune qui a donné à bâtiment qui était quasiment en ruines, charge la commune d'en faire quelque chose. Donc des 2 cumulés ils ont eu l'idée de faire cette fameuse maison de la cerise. 	<p>- Et l'objectif c'est de communiquer aux notamment auprès des touristes, des visiteurs sur notre production de cerises, en sachant que la production de cerises de la vallée du Tarn est très peu connue.</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'objectif c'est que pareil, les gens aient une petite idée de de ce qu'est-ce cette culture de la cerise - D'autant que ça répondait aussi à une problématique qui est le fait que, ici, on produit essentiellement du fruit de table, ce qui veut dire que tout ce qui est hors calibre, tout ce qui est fondue, trop petit ou c'est mouillé, ou est perdu, était perdu. Et donc on a essayé de voir avec des artisans locaux. Tout de suite on a voulu travailler que vraiment, que un circuit court. Quelles étaient les transformations possibles et qu'est ce qu'ils pouvaient faire ? 	<p>- Après c'est rentable aussi parce que du coup bah ça permet par exemple si vous avez un verger, un verger où les fruits sont trop petits, c'est là qu'ils vont privilégier la la récolte sur ce verger là ça permet passer du fruit qui est pas commercialisable en coopérative par exemple.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la commune y a eu un don de fait du bâtiment par un habitant de la commune qui a donné le bâtiment qui était quasiment en ruines, charge la commune d'en faire quelque chose. 			
Entretien 8		<ul style="list-style-type: none"> - installés depuis novembre 2019 . - Eh Ben on est passé par une couveuse maraîchère, hein. Donc on s'est, on s'est pas lancé comme ça de but en blanc parce qu'on y connaît rien et donc on s'est fait accompagner pendant 2 ans et demi pour pour apprendre le métier quoi en gros - principalement à la base en production de fruits et légumes bio, transformation en confiture - en termes de production, on a produit quasiment 40, 40 fruits et légumes différents répartis sur l'année avec des cultures un peu phares qui sont la fraise. 	<p>- C'est un long combat hein parce que c'est rude, surtout quand il fait chaud là ou quand il fait froid.</p>		<p>- En fait, on n'est pas du tout du secteur agricole à la base, hein, mais on avait envie de redonner du sens un petit peu à à ce qu'on faisait. Et puis c'était surtout éduquer nos enfants dans dans un cadre... dans un cadre en pleine nature, dans un cadre sain, beaucoup plus qu'à la ville, comme comme on était où on était précédemment.</p> <ul style="list-style-type: none"> - un petit exemple c'est que nos enfants ont du mal à rentrer à la maison quand il fait beau, ils préfèrent être dehors et ça nous plaît donc c'est c'est pas mal quoi, plutôt que d'être dans devant des écrans. Le milieu de vie dans lequel ils évoluent est assez satisfaisant je trouve. - [l'agritourisme] Bon, ça fait partie de notre projet initial. - Donc on s'est d'abord concentré sur la partie maraîchage. - Alors on a comme projet final d'avoir cinq logements différents à la location. Mobil-home, chalet, youette, tente, loge et puis un espace tente où les gens peuvent venir avec leurs propres tentes. Ça, c'est pour la partie hébergement. Puis sport nature, donc on met à disposition des VTT électriques, assistance électrique, avec des circuits à thèmes. 	<p>- et puis également aussi bah on a des petits enfants et c'est de pendant les vacances scolaires, on n'a pas trop l'occasion de partir en vacances et d'essayer d'amener un peu des gens pour qu'ils aillent à la rencontre d'autres personnes qui viennent un peu de partout quoi.</p>	<p>- Et puis aussi d'ouvrir le lieu et de militer</p>	<p>- L'idée c'est de se diversifier pour un peu, d'une certaine manière, de de plusieurs raisons, par rapport à la faire prendre conscience à nos visiteurs de la pénibilité du travail de maraîchage de ce que c'est, de ce que c'est l'agriculture qui est quand même compliqué, on et le maraîchage proprement dit, des aléas essaye d'anticiper nos vieux jours, de la complexité du du travail.</p>			
Entretien 10						<p>- Par contre ils sont-ils veulent absolument sensibiliser le grand public à l'agriculture,</p> <ul style="list-style-type: none"> - ils veulent expliquer comment travaillent les agriculteurs parce qu'ils en ont un peu marre de l'agribashing et de la méconnaissance que les de monde agricole 		<p>- Il y en a qui vont par exemple démarre en se disant voilà, j'aimerais financer la réhabilitation d'un patrimoine bâti, auquel cas tu pars sur du gîte parce que tu sais que tu as une grange qui est en train de tomber et t'en fais rien et tu te dis voilà</p>	<ul style="list-style-type: none"> - est ce que c'est quelqu'un qui veut introduire un complément de revenu. - Auquel cas, il y a des choses, tu vois si tu vas introduire un complément de revenu, la ferme de découvrir, si tu fais que ça, ça va être un peu juste. Par contre si tu veux faire, je sais pas moi si t'as du produit fermier et que tu veux en vendre plus à la ferme 		

Thème 2 : Développement du projet de diversification : rôles des acteurs et sources d'informations					
Liste des entretiens	Sous thèmes	Des évènements professionnels	La chambre d'agriculture / PATAR	Des formations et rencontres	S'informer en direct auprès les structures concernées
Entretien 3		- des congrès de ferme auberge. À l'époque ça existait et le premier que j'ai fait c'était à dans l'Aveyron	- donc la PATAR, c'était donc Bienvenue à la Ferme à l'époque. Qui m'a qui m'a aidé pour savoir ce qu'il fallait faire comme on faisait s'inscrire au registre du commerce. J'ai tout fait dans les règles	- j'ai du coup passé un diplôme agricole, j'ai fait un BTS - parce qu'on fait plus toutes ces formations, tout ce qu'on faisait avant, c'était bien moi j'y aller [aux formations du Parc] - Ah Ben moi j'ai adoré parce que c'était le moment où on rencontrait les autres partenaires et on a fait beaucoup de connaissances avec des campings avec des gens. Si moi je trouvais ça bien. Même les apéros tourisme, tout ça, c'était bien, hein, mais ça, c'était l'Office de tourisme. - C'était l'Office de tourisme du Rosier... des vignes, il nous faisait une journée avec un thème et on allait à Saint-Éli ou je sais plus où. Il y avait un archéologue par exemple, qui nous faisait visiter les menhirs, mais c'était passionnant. Mais ça nous apprenait à connaître un peu mieux la région.	- après moi si si, j'ai des questions c'est surtout souvent je me m'adresse à Gite de France, aux sites eux-mêmes en fait. Et ça peut bien sûr tout ce qui est par rapport à la fiche SITA. Ben oui, office de tourisme Millau Grands Causses, ça pourrait être une option aussi. Pour le moment tout ce que je fais je vous dis, c'est comme la plupart des gens avec des Gîtes me concentre beaucoup sur la plateforme elle-même et voir si on peut améliorer les choses parce que les plateformes changent beaucoup et donc il faut réapprendre et voir un peu ce qu'on peut faire avec eux quoi
Entretien 8			-Et puis la chambre d'agriculture quand même aussi dans le montage du dossier de subventions - Magaly Bruel, de la chambre d'agriculture, hein principalement.	- c'est vrai que le point de départ c'est la formation à l'ADAR. 2 formations que j'ai suivis à l'ADAR et de là, de fil en aiguille. C'est parti de là. - pour la première formation, c'était l'Arc en Miel, du coup à Saint-Afrique, c'était un peu léger comme formation. Et puis j'en ai fait une 2e avec Accueil Paysan. C'était c'était le salarié d'accueil paysan qui était bien plus calé - Arc en Miel qui nous a un peu guidés - Et puis après ben Pierre et sa compagne en fait ils travaillent dans un camping donc en termes de conseils c'est une source d'information qui est pas négligeable quand même hein	- On s'est fait accompagner par la Adefpat. Et puis l'Office du tourisme, le parc et cetera pour monter le dossier, pour monter le projet. - Le comptable et Magalie Bruel, de la chambre d'agriculture, hein principalement.
Entretien 10			- j'ai à peu près une centaine d'agriculteurs qui me questionne. Mais attention, par ans, à peu près un coup peut être ça va être 110, c'est un coup ça va être 80. Bon voilà, on va dire une moyenne de de d'une centaine. - là, actuellement je reprends tous les porteurs de projets que j'ai eu quasiment depuis 2019. Il y en a peu qui sont arrivés au bout, c'est à dire qu'en fait, à un moment, ils m'ont posé des questions. Et quand tu reprends comme là sur le Lévezou, je crois que j'avais 25 contacts sur 25 contacts, il y en a 5 ou 6 qui sont toujours intéressés par l'agritourisme, mais qui ont bien fait de plus depuis qu'ils m'ont eu. - Parce que c'est la diversification, c'est à dire qui se pose la question. Sauf que l'aspect temps est important. Ils ont d'autres choses à traiter sur la ferme, un métier agricole qui n'est pas simple où la conjoncture fait qu'à un moment		- Alors des fois, ça part en fait notamment pour les visites de ferme, principalement des sollicitations, de l'Office de tourisme. - Après, de plus en plus quand même, même les offices me les envoient.

		Thème 3 : L'évolution du projet agritouristique				
Liste des entretiens	Sous thèmes	Le projet aujourd'hui	L'organisation autour de l'activité agritouristique	Un projet qui fonctionne ?	De futurs projets ?	Les attentes des visiteurs
Entretien 3		<p>- Et maintenant, j'ai pris la retraite, déjà depuis quelques années, mais je continue un peu la ferme Auberge ponctuellement, une fois par mois, un repas de groupe. Pour compléter la retraite agricole qui est pas merveilleuse et j'ai cédé à Théo le côté agricole et le gîte, enfin, les chambres d'hôtes qui sont transformées en gîte.</p> <p>- Alors après, maintenant je propose plus grand chose puisque je ne fais que les repas comme ça de groupe. Quand on me demande un baptême des choses comme ça, quoi, des anniversaires, c'est idéal pour les repas de groupe, de famille. Et l'été on met la terrasse, dehors.</p> <p>- C'est que chambres d'hôtes, après je fais pas de table de hôte, c'est que la chambre d'hôte quoi, avec le petit déjeuner.</p> <p>- Mais non mais maintenant il y a plus plus grand chose. Il y a la ferme avec les terres, c'est tout. Maintenant, comme je suis à la retraite, j'ai plus les agneaux, j'ai que des volailles quoi et le jardin.</p>	<p>- Il y a toujours eu des salariés à cette époque [...]. C'était cuisine, chambre. Et un peu dehors aussi. On été, des fois jusqu'à 6, hein mais à la fin, c'était 3. Parce que bon, après ça a baissé, oui, puis après j'ai ouvert qu'à pâques c'était quoi. Et puis ça a marché tout de suite</p> <p>- Au mois de mai, on avait pas de salade donc on l'a acheté à un agriculteur.</p> <p>- Mais en valeur on était au final bien au-dessus des 51% étaient peut être à 84, 90.</p>	<p>- Donc j'ai commencé par la ferme auberge avec des agneaux, des volailles. Enfin un peu du bricolage - Donc ça a été une belle aventure et ça a marché, donc après j'ai fait les chambres d'hôtes en 89.</p> <p>- Donc c'était toujours plein. Alors au début je faisais 12h00 et le soir et après je suis passé au soir quand on a eu les chambres d'hôtes parce que c'était plus possible.</p>	<p>- L'accueil de randonneurs hors saison</p> <p>- Si il y avait de la demande, il faudra que je je change le truc quoi. [pour faire tables d'hôtes]</p> <p>- Y avait de la demande pour ça, il s'y mettrait pour 2 mois là par exemple, mai, juin, juillet</p> <p>- [vous seriez intéressé pour que la ferme auberge, le gîte et cetera figurent dans le topo guide du GR ?] Ben oui. On n'est vraiment pas loin, quoi. C'est quand même une opportunité</p> <p>- C'est un gîte de 10. Donc ils sont obligés de réserver. C'est pour ça là maintenant, 15 jours en avance, il n'y aura personne qui réservera le gîte. [avec une réservation 15 j ou une semaine avant]</p> <p>- Mais dites le lui à Sandrine et si on pouvait être sur le guide. Marquez-le en gros s'ils peuvent le changer,</p>	<p>- Ah Ben de toute façon, ce qu'ils veulent, c'est la demi-pension, hein ! en gros - se retrouver entre amis pour découvrir la région ou famille et en étant à la campagne, donc le calme, le côté convivial de se retrouver en famille, peut-être déconnecter de la grande ville</p>
Entretien 5		<p>- on a un circuit d'interprétation qui au départ avait été mis en place avec le parc au tout début qui est encore en place, qui aurait besoin d'être rénovée, mais voilà.</p> <p>- mais on a aussi un topo guide avec des avec ... puisqu'il y a un jeu de piste tout le long du du sentier....avec le plan et une espèce, un espèce de topo guide avec des Jeux pour les pour les gamins sur tout le sur tout le circuit quoi.</p> <p>- Alors on a en plus de la boutique, il y a en dessous rez-de-chaussée, un musée avec 2 salles, il y a 80 m² de d'exposition. C'est un sur lequel on présente la cerise de la vallée du Tarn, tant d'un point de vue historique que d'un point de vue culturel, de sens du terme, agricole et humain.</p> <p>- on a commenté avec des trucs classiques style confiture. Et puis maintenant Ben on a des apéritifs, des sirops, des compotes, des cerises à l'eau de vie, de la bière, on faisait du jus de fruits, on va faire du jus de fruits, on faisait plus et on va en refaire. On essaie de multiplier au au maximum les transformations possibles avec un objectif c'est de quand même rémunérer à peu près correctement les cerises qui sont payées pour la transformation.</p>		<p>- peu oui et oui oui ...quand... Ah oui, ici on a fait la la question, y a un jeu de piste ...Ah bah par exemple, on parler de l'Office alors de tourisme tout à l'heure, ils ont mis en place...Ils sont en train de mettre en place un jeu de piste, sur le, le, le village de Paulhe et de Carbassas, qui va mettre en avant la maison de la cerise et notamment le verger conservatoire</p>	<p>- ce qu'ils cherchent notamment ce truc là c'est d'avoir une information sincère - d'avoir oui d'avoir un rapport sincère parce que le le souci souvent du monde agricole c'est de de de soit de prendre tous les touristes pour des Parisiens qui comprennent rien et avoir cette espèce de rapport et ça y est c'est insupportable. Enfin il y a beaucoup de gens qui n'aiment pas ça, soit à l'inverse d'avoir des gars qui sont toujours en train, ouais ouais on est très très malheureux</p> <p>- Après je pense que ce qu'ils apprécient aussi c'est le fait qu'on soit le plus transparent possible sur même sur des des questions sensibles type traitement des choses comme ça</p> <p>- nous classiquement sur la cerise le problème, c'est sur les produits phyto quoi. De de d'essayer d'être le plus transparent possible parce que soit ne pas leur dire il y en a pas du tout, ou ah ben je ne sais pas ben ils se doutent bien que c'est pas vrai. Mais en même temps, expliquer le pourquoi quand on en utilise, pourquoi on en utilise, à quel moment... enfin qu'on essaye,... la plupart du temps, on essaye d'en utiliser le moins possible. Enfin de leur donner une information la plus éclairée possible et la plus neutre possible.</p> <p>- Les gens recherchent de plus en plus et sont de plus en plus attentifs, c'est à avoir vraiment une une information et un contact sincère, voilà, ça c'est c'est important.</p> <p>- Alors, si il venait au bon moment, ce qu'ils ont envie, c'est de ramasser les cerises dans manger sur l'arbre.</p> <p>- Après la transformation, c'est dans un 2e temps.</p>	
Entretien 8		<p>- Les vélos, on a lancé l'activité l'année dernière, donc en 2024.</p> <p>- Et donc l'activité d'hébergement on la débute, on doit être prêts au 1er juillet. Il nous reste deux semaines pour fignoler, pour peaufiner et accueillir les gens correctement chez nous.</p> <p>-On propose également de la vente à la ferme à partir de du mois de juillet.</p>	<p>- Alors sur la partie vélos, donc là on est quatre avec donc mon épouse, sa sœur jumelle et le beau frère. Donc ça c'est un projet à quatre. Et sur la partie hébergement, ce sera soit Margot, soit moi. Donc voilà.</p> <p>- La on on a engagé une personne pour sur la partie maraîchage pour pouvoir se libérer un peu du temps sur la partie hébergement</p> <p>- Euh, donc c'est sur réservation en gros, pour la location de vélos, et même location de logements</p> <p>- on a adhéré à Eloa là, c'est inévitable je crois parce que moi je suis pas sans arrêt sur mon téléphone mais et du coup il faut qu'on soit. Enfin si on veut être un minimum Carré, il faut qu'il y ait une coordination. Et donc ce sera en ligne principalement, ouais.</p>	<p>- Bon ça a pas été un franc succès mais on est patients, et on s'était dit qu'à partir du moment où est ce qu'on mettrait en route la location d'hébergement... euh bah la location de vélos prendrait également.</p> <p>- coup l'espace, tente sur lequel on n'a pas encore communiqué mais et le chalet où c'est possible de de loger à la nuitée. Et bon, a priori ça s'est quand même pas mal demandé parce qu'on a des réservations une par jour quasiment par rapport à ça pour l'instant</p>	<p>- donc je veux qu'à long terme ce soit. Ce soit rentable mais sans ... y aller progressivement pour pas se faire déborder quoi.</p> <p>- Alors c'est déjà pas mal je crois, entre les logements, le vélo, la vente à la ferme, les autres projets après, c'est de s'occuper de nos enfants.</p> <p>- Et puis après la yourte, à un moment, si on a un créneau de 2 jour-là pour la monter, on la montera. Mais on peut pas se mettre la pression parce qu'on est déjà au taquet au niveau du boulot et donc moi je veux pas, je veux pas me mettre dans le rouge non plus quoi.</p> <p>- il y a trop de trop de trop, de boulot encore chez nous alors ... Et encore, j'ai dit, l'année prochaine qu'on proposait pas de projet. Parce qu'il faut qu'on lève le pied un peu.</p>	<p>- j'ai l'impression que c'est bon déjà le prix hein. Le prix, mais qui est un peu lié, comment dire au au confort proposé. Je dirais ça comme ça. Ouais, Après se faire plus un retour parce que c'est compliqué pour l'instant, ouais.</p>

		Thème 4 : Les difficultés et besoins liés à l'activité agritouristique					
Liste des entretiens	Sous thèmes	Difficultés			L'administratif	La saison des cerises qui ne correspond pas à la saison touristique	
		Un départ de zéro !	Le manque de repreneurs !	Des difficultés commerciales			
Entretien 3		<ul style="list-style-type: none"> - j'ai monté la ferme auberge tout de suite mais dans des conditions très difficiles parce qu'il y avait pas l'eau, il y avait pas le chemin - On remplissait au village dans des Jerricans. - il y avait pas tellement, il y avait pas de bâtiment, il n'y avait rien s'est abandonné 	<ul style="list-style-type: none"> - Il y en avait 26 [fermes auberges sur le département] à une époque, maintenant il y en a plus que 6. -Puis, une fois que ces gens, Eh Ben sont passés à la retraite, et Ben les jeunes n'ont pas voulu suivre donc en fait elles sont toutes éteintes les fermes auberge sauf celle-là. Les 3 qui restent sur le le secteur mais ce sont des reprises des enfants tandis que moi c'est toujours moi et là il y a encore à la Tindelle c'est le fils qui a repris et apparemment ces fils sont en train de reprendre aussi donc c'est une ce sont des belles histoires. Par contre à Jassenov elle va arrêter la belle fille, il n'y aura pas la suite. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dans ce contexte, les difficultés c'est que c'est un gîte assez gros quand même. Enfin c'est 10 personnes. Et du coup, Ça ne loue pas tant que ça quoi, ça loue pas beaucoup, il y a beaucoup de ... Par exemple juillet sur cette année, c'est pas du tout loué. Je pense que c'est ça qui pourrait être amélioré quoi - Mais là, vu comment le gîte marche vraiment moins. Il faut qu'il saisisse les l'opportunité. En plus on a le lieu pour ça quoi. Même pour la nourriture, tout est organisé, c'est tout aux normes et tout, c'est idiot de pas en profiter justement faire que ça pas faire faire l'auberge forcément, chambre d'hôte ou gîte avec table d'hôtes 			
Entretien 5						<ul style="list-style-type: none"> - Ensuite, quand on a ouvert, on s'est vite aperçu ...Ben on s'est confronté au toujours au même problème, les cerises c'est en juin, les touristes ils arrivent en juillet, août et donc bon on leur parle de cerises mais un moment X il y en a plus -Mais c'est que le mois de juin, c'est pas forcément des touristes. Alors après, l'autre problème c'est que voilà, agritourisme c'est juillet, août enfin et juillet août, y a plus de cerises, y a des mirabelles à la fin de l'été. À partir du du 15 août à peu près, mais ça a pas le même attrait que que la cerise d'une part. La cerise à un côté plus...Un côté plus plus attrayant que que la mirabelle 	
Entretien 8		<ul style="list-style-type: none"> - Eh Ben on est passé par une couveuse maraîchère, hein. Donc on s'est, on s'est pas lancé comme ça de but en blanc parce que on y connaissait rien et donc on s'est fait accompagner pendant 2 ans et demi pour pour apprendre le métier quoi en gros. 			<ul style="list-style-type: none"> - coup il y a un une aide, ça s'appelle dispositif unique qui est pas négligeable hein, c'est une subvention. Et ça c'est un gros dossier quand même. Bon là du coup c'est juste administratif. - dû faire ça un peu seul parce que personne pouvait trop nous aider en fait, parce que c'était trop nouveau je pense, et et ça, ça a pris 3 mois de paperasse quand même, pour créer un dossier en espérant avoir des subventions - Bon, ça s'est fait assez facilement, à part qu'il y a plein de démarches administratives quoi 		

Thème 4 : Les difficultés et besoins liés à l'activité agritouristique

Difficultés

Liste des entretiens	Sous thèmes	Les difficultés législatives	Apprendre un nouveau métier et prendre beaucoup de nouveaux éléments en compte dans plein de domaines	Les aides qui peuvent être sollicitées pour une diversification, une absence d'aide spécifiques	Un manque de donnée pour se lancer pour faire une étude de marché avant de se lancer dans l'agritourisme	Le problème de la communication
Entretien 3		<ul style="list-style-type: none"> - Ca a été compliqué quand même parce qu'ils nous demandaient des normes un peu draconiennes au niveau de l'hygiène et tout ca. On a été un peu embêté. On était dans le collimateur des restaurateurs qui pensaient qu'on leur faisait du para-commercialisme et du coup, on a eu beaucoup de contrôles, beaucoup de démarches de stage à faire. Et puis finalement on était au top par rapport à tout le monde. - Mais parce qu'au début, on a un problème de définition où on pensait que c'était les 51%, la majorité, les produits de la ferme, mais en fait c'est des produits de la ferme, des fermes aux alentours, donc du coup ça simplifiait. - Donc c'est sûr que c'est dommage, c'est dommage que actuellement les normes sont tellement compliquées que finalement pour s'installer c'est pas évident. 				
Entretien 5						<ul style="list-style-type: none"> - je pense que si on communiquait plus, enfin si l'ensemble va de la profession communiquait plus sur les cerises de la vallée du Tarn...enfin ou des Gorges Tarn, parce que la plupart des gens, Ouais, viennent ici, ignorent que c'est une production de cerises.
Entretien 8		<ul style="list-style-type: none"> - Il y avait aussi le le, le fait de de savoir ce qu'on a le droit de faire en fonction du gaec, de l'entreprise individuelle, tout ça au démarrage quoi ça des fois on c'est pris le chou. Et puis y a des évolutions en permanence hein, des règles...donc être informé et se tenir au courant des règles légales, fiscales ou je sais pas ou autres. Ça, c'est compliqué d'avoir la bonne information, le bon interlocuteur. 	<ul style="list-style-type: none"> - je me suis bien rendu compte quand même que c'est un c'est un métier quand même le tourisme. Donc y a plein de choses à apprendre. 			<ul style="list-style-type: none"> -Notre gros point faible, c'est la communication. - on fait toujours la communication en dernier et au final c'est quasiment ça le plus important quoi. - Mais parce que c'est ce qu'on aime pas faire et à mon avis, les... enfin, la majorité des agriculteurs, c'est la même chose. - on connaît même pas trop les voies les communications qui qui marchent le plus. En fait, nous on fait avec les réseaux sociaux parce que c'est ça qu'on a sous la main, mais si ça se trouve, c'est pas ça, que les gens regardent non plus.
Entretien 10		<ul style="list-style-type: none"> - Oui, je l'ai dit un peu, hein, c'est d'entrer l'aspect réglementaire, c'est à dire ben déjà l'urbanisme déjà d'entrée, et puis on peut citer les aspects juridiques, fiscal, qui fait que l'agritourisme n'est pas traité comme sur les mêmes lignes que l'activité agricole. - où on parle d'agritourisme et d'accueil à la ferme et y a tous les aspects sécurité qui ne sont pas simples sur l'enceinte ouverte suffisamment large avec tout un tas d'outils - Depuis la loi ELAN, [...] comment dire la transformation à la ferme est considérée comme nécessaire à l'activité agricole [...] donc tu peux construire un atelier de transfert ou un point de vente, c'est dans la continuité de l'activité agricole, ce n'est pas le cas pour l'agritourisme. Ce n'est pas considéré nécessaire à l'activité agricole, donc ce qui veut dire si le premier point bloquant. - du camping et si c'est du camping et quand même, il faut des autorisations. Donc, donc du coup faut bien être sûr avant ça, que l'urbanisme le permette parce que quand on soit agriculteur ou pas agriculteur en fait la réglementation elle est la même hein. Donc en fait, c'est il n'y a pas de facilité pour les agriculteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ils sont focus et pro sur leur métier d'agriculteur. Et puis là, on leur demande des qualités complètement différentes. Donc avant d'arriver à la communication, c'est déjà ma prestation comment je la cache ? - on a besoin de le rappeler nous en chambre d'agriculture et même au niveau des OT, l'agritourisme c'est pas aussi facile qu'on le croit, c'est à dire. On croit qu'on se lance comme ça et qu'on va faire une visite et que c'est fastoche et que c'est pas technique et que et que voilà non c'est faux, c'est faux. Il y a plein d'éléments à prendre en compte, il y a l'urbanisme juridique, le fiscal, les établissements accueillant du public, la sécurité. - Si je suis EURL, en GAEC, en SCEA. Enfin, voilà, il y a plein de choses où où la réglementation est pas la même, il faut acquérir de nouvelles compétences, tout ce qui est accueil, le sens de l'accueil, être disponible, tout ce qui est communication et traiter les objections sociétales. - L'aspect temps qui est vraiment un un problème, l'aspect acquérir de nouvelles compétences et dans ces compétences on a plein de choses hein, l'accueil, la communication, la gestion de groupe, comment on communique avec qui je communique,... le lien avec nouveau parce qu'ils connaissent pas avec l'OT, l'ADAT, enfin tout ce qu'il faut avoir. 	<ul style="list-style-type: none"> - tu peux avoir en agritourisme sont les mêmes que tu peux avoir pour un bâtiment agricole : Pass DU de la région, région Europe financement, région Europe. Et parfois parfois par territoire anciennement, mais ça devait se mettre en place des leaders, mais c'est plus tu vois par rapport ben au parc, à des territoires particuliers que je connais pas moi spécialement donc en général, moi je réponds par rapport au au ce qui m'incombe, c'est à dire les aides de la région et voilà et pas plus et après quand même, je leur dis de de du coup de s'adresser du coup à à leur à leur com com du coup pour pour pour voir si y a pas par territoire des choses très spécifiques que je ne connaîtrai pas, moi. 	<ul style="list-style-type: none"> - n'est capable à la Chambre d'agriculture de faire des études de marché sur les produits fermiers, c'est à dire, c'est très, c'est c'est, c'est l'entonoir quoi. C'est à dire que quelqu'un qui veut s'en rester mettons en fromage, Bah tu sais, sur un territoire combien il y a de public, enfin combien il y a d'habitants sur sur autour de .. admettons 20 Min de là tu sais que le le celui qui va consommer du fromage fermier il a telle celle cible. Donc tu regardes au niveau de l'Insee, t'auras tu vas le tu vas trouver que y a tant de personnes qui correspondent à cette cible. De là, tu vas regarder du coup, comment mettons que à la ferme, c'est que 10% de la consommation, je dis n'importe quoi de cette cible et puis que tu tu fermes et tous ces chiffres, tu vas les trouver. Par contre au niveau agritourisme t'as pas - Combien ? Il y a de touristes qui vont à la ferme de base. Par exemple, sur ...alors les nuitées, on les connaît, mais sur tant de nuitées, combien il y a de de plein de pourcentage, mettons on dit, je n'importe quoi 15% qui sont intéressés par les visites fermées. Ce chiffre, on le connaît pas, je sais pas si c'est 15%, donc de là tu fais l'entonoir, tu te dis mais allez y en a 15, combien je ...c'est quoi, le panier moyen de de combien je dépense en achat de produits fermiers et en visite de ferme. Je sais pas c'est 30€, 40€. Ah c'est 40€ on est 3 fermes, bon donc c'est eux ou moi, c'est parce qu'ils vont pas dans la semaine... a la limite ils sont vraiment intéressés deux. Mais bon on va dire plutôt plutôt une. Mais ces chiffres, on les a pas, c'est à dire quelqu'un qui se lance aujourd'hui ben on a pas tout ce tout, on a pas... on peut pas lui donner ça 	<ul style="list-style-type: none"> - [Communication] Et c'est ça aussi l'idée, tout simplement par manque de temps quoi. Donc, y en a qui font très bien, qui savent faire, mais c'est pas la majorité.

		Thème 4 : Les difficultés et besoins liés à l'activité agritouristique			
Liste des entretiens	Sous thèmes	Les risques pour l'agriculteur		Besoins	
		Un risque de déception et de découragement lié à une mauvaise préparation	De ne pas avoir que des retours positifs	Les besoins notamment en matière de communication : proposer un accompagnement plus long	
Entretien 3				- j'ai pas d'idée de quels pourraient être les accompagnements si les accompagnements s'il y en a dans mon contexte ils sont adaptés ou je saurais pas vous dire. C'est peut être aussi que je sais pas assez ce que c'est. Enfin qu'est ce qui pourrait être adapté à à ma structure quoi	
Entretien 5				- on a un circuit d'interprétation qui au départ avait été mis en place avec le parc au tout début qui est encore en place, qui aurait besoin d'être rénovée, mais voilà. Si, si, au parc ils ont envie de le rénover, ce serait bien s'ils pourraient nous aider parce que ça reviendrait cher. - Mais, et... ce sentier, il passe au verger conservatoire - les difficultés c'est c'est d'arriver à entretenir les panneaux par exemple du parc sont très très bien, mais comment a ... ils ont fait leur temps, ils ont... ils doivent avoir quasiment 20 ans - Nous ça fait un trop grand investissement	
Entretien 8				- je me suis bien rendu compte quand même que c'est un c'est un métier quand même le tourisme. Donc y a plein de choses à apprendre. Donc on a eu un accompagnement et moi je trouve que l'accompagnement, il pourrait être plus long - Moi j'ai encore plein de questions qui me viennent, qui me viennent en tête hein, par bah de nouveau par rapport à la communication Hein. Moi je pense vraiment que c'est c'est là où est-ce qu'on devrait se faire plus accompagner plus longtemps sur la, sur la, sur la communication - : Moi ce serait une un accompagnement régulier sur site ou par exemple hop, on va faire des photos des logements. Il doit y avoir des trucs à respecter pour	
Entretien 10		<p>- Les agriculteurs peuvent se griller, donc j'en ai eu l'année dernière qui m'ont dit, je veux plus faire ça.</p> <p>- Mais pourquoi ils veulent plus faire ça parce qu'ils sont partis sans savoir qu'est ce qu'ils allaient de quoi ils allaient parler ? C'était en visite, hein ? Combien de temps ils allaient mettre donc bilan de l'histoire bah ils ont rebondi aux gens, ils auront pas réfléchi à leur à leur visite au lieu de passer 01h30, ils en ont passé 2 ou 3 derrière ils, ils, ils se sont lancés peut-être sur des choses où ils avaient pas réfléchi et c'était casse gueule parce que c'était un sujet et que grr ... parce que ils sont très techniques souvent, et que en fait, ils se rendent pas compte qu'il y a un fossé immense entre entre la connaissance de l'agriculture et que les gens peuvent avoir et eux. Et en fait, si tu part à fleurs au fusil comme ça et bah en fait, soit il y en a qui s'en sortent bien parce qu'ils ont les armes pour et voilà. Et puis, et puis ça peut être très casse gueule, c'est à dire que bon en fait du coup ça sans être préparé ils vont arrêter parce qu'ils trouvent l'expérience très négative.</p>	<p>- Parce que ça c'est vraiment un stress pour eux, parce qu'ils sont tellement, ils aiment tellement leur métier que ça leur fait tellement de mal quand ils ont des, des, des remarques que que que le peu de fois où ça arrive, ça vient les toucher tellement que des fois, ils ont plus envie de le faire quoi donc il faut les préparer à ça</p>	<p>- Mais globalement, c'est des agriculteurs qui ont besoin de soutien justement par rapport à cette communication, sur ce qui existe - c'est vrai que je les accompagne plutôt en amont, - on essaie de faire justement tout l'accompagnement amont que la pour que la prestation soit bah à la hauteur parce que on est quand même dans du tourisme, c'est de la prestation. Il faut voilà, il faut pas décevoir - Mais on part de loin quoi, c'est à dire que... là avant d'attaquer la communication, par exemple la semaine dernière ça a été de caler le circuit de visite, on en était très loin, hein. - il y a des choses à prendre en compte et ensuite on arrive au volet communication. Alors le volet communication il y a des formations à la DPSA, moi, personnellement, je n'en fais pas, - mais ce que je veux dire c'est qu'il faut pas bousculer les choses au démarrage, y a d'autres choses avant de voir la communication parce que communiquer sur un truc qui est pas terrible, ça sert à rien, hein.</p>	<p>- Ne pas être isolé parce que c'est souvent que tu te rends compte que toutes les démarches qu'on a fait au niveau des territoires... Donc, au fur et à mesure, hein que ça soit Belmont que ça soit Saint Affrique, tu te rends compte que quand tu les accompagnes, que t'arrives à faire un groupe et qu'ils ont les mêmes... et qu'ils arrivent à faire une formation ensemble. Ils se sentent moins isolés. - avoir un travail de groupe. Je trouve que c'est un bon outil, quoi. Voilà et après toujours pareil hein. Qui dit groupe dit hé, forcément concurrence, c'est à dire que bon à un moment dans les fermes de découverte ben par exemple ben ils, ils ont bien compris que quand ils étaient 6 c'est pas des personnes qui ont dit non mais moi je désolé moi je vais en faire une par semaine non mais c'est ça a été de dire Ben moi, effectivement, on peut s'entendre moi je fais une semaine, toi tu fais une autre semaine et et on y vient là de cette, de ce raisonnement d'étude de marché, - être accompagné. Et quand on dit être accompagné, pour moi c'est multifacteurs, c'est à dire que pour bien réussir, il faut connaître son territoire, faut aller être en lien avec la concom, avec l'OT, avec l'ADAT avec avec ben ta Chambre consulaire donc pour le coup c'est nous chambre d'agriculture mais ça serait un artisan, un commerçant, je te dirai les autres chambres consulaires. C'est, c'est primordial</p>

		Thème 5 : La communication sur l'offre agritouristique				
Liste des entretiens	Sous thèmes	La communication essentiellement en ligne	La communication au travers de réseaux spécifiques	Bouche à oreille	Articles dans les journaux	Distribution de supports imprimés
Entretien 3		<p>- Mais maintenant je vais plus aux réunions, je vais plus à l'Office de tourisme tout ça. Bon, on remplit la fiche SITA.</p> <p>- j'ai un site internet que je mets en ligne qui a aucun SEO particulier, c'est vraiment juste un lien qui assure les autres sites et comme comme Cybevasion et gîtes.fr, Gites de France</p> <p>- j'avais un beau site ferme Auberge</p>	<p>- bah il y avait des offices de tourisme, il y avait les Gîtes de France, la PATAR.</p>			<p>-je vous avoue, je vais pas après sur des salons ou ou partout sur des marchés ou mettre des prospectus, je fais plus trop ça à l'ancienne comme ma mère voudrait le faire.</p> <p>- Et après une affiche aussi, et les gens étaient les propriétaires de camping étaient ravis de pouvoir donner des adresses.</p> <p>- Et puis on passait dans les campings, on faisait tous les campings au mois de mai, fin mai, début juin, et on donnait des flyers et des on les a faits ça les campings !</p>
Entretien 5		<p>- Alors ceux [arboriculteurs] qui font de l'accueil, oui. Pareil les réseaux de plus en plus pour ceux qui vendent... enfin qui font du ramassage au verger par exemple.</p> <p>- enfin il y en a un qui a fait pas du tout de pub entre guillemets, les autres peuvent en faire un peu soit sur les réseaux soit ou autre. Mais non, il y a pas énormément de pub.</p> <p>- ils communiquent peu. Alors éventuellement, sur Facebook, ça marche bien. Voilà.</p> <p>- Ceux qui font la cueillette au verger, c'est c'est tellement anecdotique dans l'année, ça dure un mois, il n'ont pas un système de communication très important quoi.</p>		<p>- , petit à petit, dans le temps, sur plusieurs années ça se fait parce que les gens se refient le tuyau</p>		
Entretien 6		<p>- après on va faire une communication sur Facebook</p>			<p>-et puis il y a un article qui apparaître dans le journal</p>	<p>- J'ai mis 2 3 prospectus au magasin à côté-là</p> <p>- Ben en fait je là, je distribue des tracts à tous mes clients sur les marchés</p>
Entretien 8		<p>- Site internet, Airbnb, Facebook. Pour l'instant, en gros, c'est ça ouais.</p>	<p>-L'office du tourisme ouais bien sûr hein. Ouais, beaucoup l'Office du tourisme d'ailleurs. C'est peut être eux les principaux d'ailleurs</p> <p>- la presse aussi quand même</p>	<p>- il faut qu'ils arrivent à communiquer et que les gens qui sont intéressés et le contact, ça c'est une première chose. Bon après, petit à petit, dans le temps, sur plusieurs années ça se fait parce que les gens se refient le tuyau</p>		
Entretien 10		<p>- c'est assez rare, qu'on est des pros de la communication. Quand je dis pro, ça veut dire vraiment en prenant en compte plusieurs canaux de promotion là-dessus si tu veux en règle générale c'est vraiment le basique</p> <p>- Ensuite par contre tu as des agriculteurs qui vraiment considèrent la diversification parce que ça en devient même pas de la diversification, au bout d'un moment, qui sont très pro et on en connaît, hein certaines dans l'Aveyron qui font parler d'eux ça fonctionne très bien donc beaucoup sur les, sur les, sur les réseaux sociaux. Mais mais c'est pas la majorité quoi</p> <p>- alors évidemment la réponse, c'est vraiment en fonction, quelqu'un qui a un gîte, aura pas la même communication que celui qui a ...qui veut développer une forme de découverte et encore au moins celui qui est sur les produits fermiers</p> <p>- Donc si on part du département, Ben les sites tourisme Aveyron en lien avec les offices de tourisme en lien avec les réseaux comme Bienvenue à la Ferme où on essaye aussi de les aider à se mettre en réseau</p>				
		<p>- réseaux sociaux et encore réseaux sociaux [...] j'en ai qui n'ont même pas de Facebook par exemple</p> <p>- Et quand je dis Facebook, encore moins Instagram ou quoi que ce soit hein, je je voilà,</p> <p>- j'en ai même et qui n'ont même pas de site internet, Donc si tu veux on on part de très loin.</p>				<p>-Bah le dépliant</p>

Annexe W : Tableau d'analyse entretiens prescripteurs

		Thème 1 : Comment un randonneur du GR736 s'informe-t-il et s'oriente-t-il ? Un randonneur qui s'informe sur des points précis ou qui partage son expérience					
Liste des entretiens	Sous thèmes	Un randonneur qui s'informe sur les transports	Un randonneur qui cherche des hébergements	Un randonneur qui s'informe sur les lieux d'alimentation et de restauration	Un randonneur qui peut s'informer sur des portions de l'itinéraire	Un topo, un souvenir ou un retour d'expérience	Les rares demandes en lien avec le GR sur le Territoire du Réquistanais concernant l'itinéraire dans son ensemble
Entretien 2			<ul style="list-style-type: none"> -elles sont portent essentiellement sur le bon... les problématiques liées à l'itinérance, particulièrement l'hébergement, l'état d'entretien, - c'est essentiellement de la demande d'hébergement. - les questions qui peuvent se poser, c'est donc toujours lié à l'hébergement, donc il y a la la question, notamment des aires de Bivouac qui reviennent. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ça peut -être pour justement ce public-là [ceux qui bivoquent] qui est souvent en autonomie complète ça va être les points de ravitaillement - Il y a des questions de plus en plus sur le les repas, mais chauds donc le sandwich - Nous en en front-office on a, on a quand même des demandes qui sont plus exigeantes. Voilà avec OK le panier à emporter, mais on veut aussi un vrai repas sous-entendu, chaud : entrée, plat, dessert donc la restauration, voilà. - Et puis après le soir, ils veulent récupérer beaucoup d'énergie quoi donc ils préfèrent un repas plus complet. - Ensuite à 12h00, c'est rare qu'ils s'arrêtent 			
Entretien 4			<ul style="list-style-type: none"> -Et Ben en fait c'est souvent c'est l'hébergement la question la plus importante. 	<ul style="list-style-type: none"> - Et après Ben effectivement se se restaurer 			<ul style="list-style-type: none"> '- Alors moi j'en ai peu en fait, le GR il est enfin pas forcément ancré je vous trouve sur ce tronçon il est tout petit, je sais pas si enfin voilà... Donc en fait il est pas marqué... je pense qu'il est pas intégré encore par rapport à ce petit bout de de GR. Voilà après, j'ai j'ai des questions... j'ai des gens qui demandent le circuit en entier et en fait, j'ai plus l'impression qu'on par de Villefort, après les gens sur Albi je les vois pas forcément non plus. Voilà je je t'avoue que j'ai pas vraiment de questions précises sur le GR quoi. .
Entretien 7		<ul style="list-style-type: none"> - au niveau de l'accueil téléphonique ou au niveau des demandes écrites par mail qu'on va recevoir, ça va être en premier lieu, je dirais, des informations sur les mobilités - Comment est-ce qu'on peut se rendre au point de départ pour pour démarrer le GR. - quelques questions aussi sur le transport de bagage, la logistique - Autre chose aussi, peut-être sur le stationnement des véhicules sur Millau, des itinérants qui qui préparent justement leur leur projet. Ils vont nous demander, je compte laisser ma voiture à Millau, est-ce que ça craint ? Est-ce que je peux laisser ma voiture pendant une semaine ou 4 jours ou je sais pas voilà quelques jours ? Sur quel parking ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Ensuite, on peut avoir des questions liées à l'hébergement 		<ul style="list-style-type: none"> -sa praticité le danger qui peut être décrit sur certaines portions, voilà qu'est-ce qu'il en est réellement d'avoir...Voilà. mais là on est déjà sur des personnes qui se sont avancées dans l'organisation de leur de leur itinérance 	<ul style="list-style-type: none"> - et sur l'accueil, ça va plutôt être des soit pour l'achat du topo puisqu'on a une petite boutique et soit sinon des retours d'expérience - on a des itinérants qui Ben qui font la portion amont du GR donc ils terminent à Millau et qui rentrent avec leur gros sac à dos et leur bâton pour soit acheter un souvenir, soit pour avoir d'autres informations sur ...et on en profite à ce moment-là pour leur demander un petit peu leur leur retour. 	
Entretien 12				<ul style="list-style-type: none"> - bon les produits locaux, ils vont surtout demander enfin le le restaurant un peu voilà qui va faire de la la cuisine régionale 			

		Thème 1 : Comment un randonneur du GR736 s'informe-t-il et s'oriente-t-il ?				
Liste des entretiens	Sous thèmes	Les outils pour renseigner les visiteurs sur le GR		Comment s'orientent les randonneurs ?		Qui sont les itinérants ?
		Un topo, une carte et Rando Grands Causses	Le réseau de l'office du tourisme pour proposer la restauration aux randonneurs	S'orienter sans topo et sans carte : une confiance totale au balisage	Un topo pour les seniors	
Entretien 2		<p>- Non, on n'a pas de fiche, mais du coup enfin... ça peut se faire le secteur, il est-il est petit, il y a 3 étapes, on traverse le le territoire, enfin bon, 3-4 étapes quoi. Il y a peu de restauration qui soient capables de fournir ça, donc on a fait plutôt une information aux gites. Et l'idée c'est vraiment que aussi le service se présente sans passer par l'Office, que ça soit beaucoup plus intuitif et que au moment où on informe déjà sur l'hébergement, le service il vient de se poser donc on peut le signaler que ça se fait. Mais bon j'ai en tête par exemple les restaurants, ça s'est réglé très de manière très réactive, on n'a pas fait un état des lieux ou quoi que ce soit, on savait que la personne allait à cette étape, là on a appelé le restaurant, on a dit bon voilà, il arrive à telle heure, Bon Ben t'es pas ouvert, comment on fait cette personne là du coup elle ne mange pas ? Mais bien sûr que si, il suffit qu'il nous appelle réservation pour tous ceux qui ont suivi, après on a renvoyé vers la vers le restaurant. Le restaurant gère ces problématiques de de logistique. Et l'idée des fiches procédures, donc ça va rentrer dans cette dans cette idée de de label qualité.</p> <p>- Travailleur le réseau qu'on travaille toute l'année pour que le service en pratique y soit accessible et qu'il faille pas finalement je sais pas moi nous par exemple, hors saison, on n'est pas ouvert le weekend. La personne, elle, appelle à l'Office qu'est ce qui se passe ? On met un message avec ces informations là. Et puis 50 autres. Faut absolument que derrière il y ait, il y ait aussi un relais. Puis finalement il arrive, je ne sais pas, au camping le Truel. Il sait, voilà, le camping travaille avec la mairie, le restaurant du coin. On a informé tout ce petit monde-là, on a défini un peu le qui fait quoi ? Et en pratique, bah la personne elle à son repas froid le lendemain. L'idée, l'idée, ça serait quand même de au maximum systématiser ses, ses choses là.</p>	<p>- Et donc du coup, on retrouve des gens qui partent, qui partent sur des sentiers sans topo. Même si c'est un public un peu plus aguerri, on en voit. Moi j'en rencontre ! Je dis, mais vous avez pas de carte ? Ben non, il y a les balises ! Ah ?! Donc une confiance aveugle au balisage, ce qui renvoie aussi la pression sur ben le la Fédération de randonnée pédestre</p> <p>- Donc la limite c'est le le trait rouge et jaune tout du long du genre fil d'ariane. Parce que la personne finalement n'a pas de notion de navigation, elle part sans carte, elle veut pas acheter le topo mais elle veut vivre l'aventure GR en mode libre quoi, libre de tout sans qu'on lui impose rien. Donc ça c'est un souci, c'est peut être à la marge hein.</p>	<p>- Donc j'ai envie de dire le topo guide, je le vois beaucoup sur des seniors. Des gens qui sont, qui ont cette culture randonnée, qui sont souvent dans des clubs affiliés à la Fédération, donc pas de topo sans topo</p>	<p>- Pour le reste, ils cherchent beaucoup sur Internet. Ce qui potentiellement peut créer des conflits aussi au sein des opérateurs GR 736 et ils vont pas aller vers le topo et donc du coup c'est les fautifs pour autant c'est nous les responsables. C'est à dire qu'ils vont pas chercher le ...mais donc ils ils vont peut être se retrouver... ben nous dans ces cas-là s'il y a pas de vente de Topo, Ben on renvoie vers le portail Rando Grands Causses</p> <p>- J'aurais tendance à dire que beaucoup utilisent le digital quand même. Parce que je vois peu de cartes que le digital, il se soustrait à toute norme ou compétence en terme de navigation. Vous n'avez pas besoin de tourner une carte sur le GPS parce que vous suivez le point Bleu.</p> <p>- Donc il y a pour moi ouais le digital quoi. Au moins ils sont sur le point bleu, ils sont à coté, ils voient la piste, c'est plus ergonomique.</p>	
Entretien 4		<p>- il y a cette superbe carte là recto verso Gorges et Vallée du Tarn qui est mon support de prédictions, et après ouais donc pas pas plus d'infos ni même sur la Malle postale ou des choses comme ça.</p>	<p>- , moi ça a été les points auxquels on a pu répondre avec un partenaire qui est sur place et qui est un camping et qui a vraiment fait une formule spéciale pour eux, donc c'était chouette aussi pour l'hébergeur qui était sur certaines... enfin en début de saison, en fin de saison qui était un peu fragile. Et là du coup, ça l'a, ça l'a un peu reboosté sur ses... Enfin en tout cas, elle, elle a du passage et ça répond bien quoi.</p>			
Entretien 7		<p>- vente à l'accueil le topo de la FFRP qui est assez complet sur toutes les étapes du parcours qui qui renseignent également sur les hébergements et après on utilise beaucoup aussi la ...quand c'est à distance, la trace qui est sur le site de Rando Parc Grands Causses.</p> <p>- Et on a aussi la carte du GR qui a été ... bah qu'on avait relu, qui est à l'initiative du parc et et qu'on distribue aussi plutôt aux personnes qui qui sont déjà en itinérance, pas forcément sur ce sentier là, qui font le GR 71 ou ou ou GR 6 et ou d'autres itinérants ailleurs. Et pour leur donner un peu l'envie de découvrir ce que je GR plutôt encore nouveau.</p>		<p>- Ouais parce que je vois pas quand même des gens partir sur 15 jours ou 10 jours sans rien du tout. Enfin, si on connaît quelques-uns, mais...mais voilà, dans la majorité non.</p>	<p>-Je pense que c'est très simpliste ce que je vais dire, mais c'est une question de génération. Je pense que les jeunes générations auront plus tendance à utiliser le téléphone, les anciennes un peu moins.</p> <p>- mais je pense que les outils numériques ils sont ouais, ils sont omniprésents là. Sinon on aurait-on on on a que ces 2 docs hein, y a que le numérique et le le topo, la carte est pas assez précise pour voilà donc si le topo fait peu de ventes c'est pas pénalisant hein, mais par rapport à la fréquentation c'est que tout le reste est en numérique.</p>	
Entretien 9				<p>- Ils sont tous avec... ils ont je ne vois pas sortir les topoguides</p> <p>- Je pense que certains ont quand même leur topoguide dans le dans le sac, mais ils ont voilà toujours télécharger leurs traces</p>	<p>- Je vois beaucoup de traces numériques, beaucoup avec les téléphones.</p> <p>- ils ont voilà toujours télécharger leurs traces et même quand il y a des groupes là la dernière fois j'ai vu un Monsieur un peu âgé avec sa fille, elle faisait bon Ben c'est la fille qui gérait avec le smartphone la trace qui regarder à trace quoi donc c'est d'où l'importance de la précision de la trace sur nos données.</p> <p>- [pourquoi selon toi les randonneurs privilient le smartphone, pour s'orienter ?] Oh bah parce que c'est générationnel toute façon on est tous avec smartphone de longue, encore ce matin à la radio il parlait de des problèmes des jeunes qui sont sur leur smartphone, des violences et des machins qui sont nés avec</p>	<p>-les randonneurs du GR déjà sont des vrais randonneurs ils sont équipés. Ils ne sont pas partis en tongues ou un petite chaussures et tout ça donc déjà un peu plus tolérants sur les questions d'entretien et de végétation ou autre. Ça se voit, malgré tout plus exigeant qu'il y a 20 ans</p> <p>- Après, les randonneurs aguerris savent qu'aux abords les cimetières. Il y a toujours de l'eau, donc on voit, voilà. En fait, on a des nouveaux pratiquants de la randonnée itinérante qui n'ont pas l'expérience et qui n'ont pas les codes forcément, et qui du coup des fois font des remarques.</p>
Entretien 11						<p>- parce que les gens qui ...les randonneurs, ils cherchent la nature. Il y en a beaucoup qui sont en tente. Ils font vraiment une étape, par exemple, pour pour le confort, on va dire, à l'hôtel de Brousse. Mais sinon, ils sont souvent en tente</p>
Entretien 12					<p>- Je pense que oui, de plus en plus, moi je rends compte que les clients utilisent beaucoup les cartes sur leur téléphone et et on de moins en moins de cartes IGN donc.</p>	<p>- Et puis je pense qu'il y a une tranche d'âge quand même qui est quand même plus importante aussi sur les 50-70 ans aussi qui font de la randonnée,</p> <p>- Que en plus jeune, il y en as beaucoup moins quand même. Ouais, peut être ça, c'est pareil, peut être plus...Mais bon les jeunes ils vont déjà, ils ont moins de temps,</p> <p>- L'été faire le les GR et cetera, c'est pas le le ...il fait chaud quoi donc. Et puis des jeunes bon, à part les grands weekends. Voilà, c'est plus compliqué pour eux je pense, pour faire des randonnées de ce style.</p>

		Thème 2 : Les demandes et offres du territoire en matière d'agritourisme				
Liste des entretiens	Sous thèmes	Acheter des produits locaux à la ferme ou au marché	Demandes			La promesse client entraînant une envie de voir des brebis !
			L'immersion	La cueillette des fruits		
Entretien 2		<p>Acheter des produits locaux à la ferme ou au marché</p> <p>Les visites de fermes pour voir les animaux un désintérêt pour les fruits (pour de l'émotion, vivre une expérience) "C'est moins, attachant. une cerise, qu'une brebis quoi."</p>	<p>- mais ça comprend aussi les demandes de marché</p> <p>- Donc il y aurait l'idée de ouais, du produit local. Ça, ça, je pense que ça c'est presque indissociable des visites de ferme. De mon point de vue à moi en tant qu'office de tourisme, là je fais très attention. Les gens attendent enfin. Ils veulent du produit, du CRU.</p> <p>- Voilà donc ça ça. Ouais, je pense qu'ils ont le fait d'acheter sur l'exploitation. Ça renforce cette idée de produits propres, local, bio, ça renforce le lien entre producteur et consommateur qui s'efface dans les grandes surfaces. T</p> <p>- des visites de fermes donc il y a...</p> <p>- Donc sur la demande, c'est des visites de ferme,</p> <p>- les visites viennent un peu plus loin parce que c'est encore plus spécifique, on n'est plus dans la consommation du produit, on est davantage dans l'animation,</p> <p>- Quand les parents amènent leurs enfants toucher les veaux, les agneaux, ce qui est pas forcément d'ailleurs attendu par les agriculteurs, y a cette idée de faire passer par l'émotion un peu bien cette vie, c'est ce qui voient, potentiellement ce qu'ils mangent créer de l'émotion autour de ça.</p> <p>- un élevage bovin viande et tous les étés ils faisaient... donc ils vendaient leurs production dans la petite boutique, petite grillade et on avait les touristes, [...] et j'ai accompagné quelques visites, c'est ça, c'est c'est ce qui plaît, c'est c'est l'émotion qui est suscitée. C'est le moment de faire la visite de la ferme, mais en fait, derrière les animaux, c'est ça y est, le temps s'arrête, les gens se posent, ça rigole, ça les yeux s'ouvrent, y a des étoiles dans les yeux des enfants, c'est magnifique. C'est ça qui nous est demandé et qui est pas forcément formulé, mais ce qu'attendent les clients</p>			<p>- Donc sur la demande, c'est [...] les animaux, en général.</p>
Entretien 4						<p>- On leur parle de brebis qu'on ne voit pas en été parce que déjà on ne les trait plus, en principe. Elles sont pas dehors, il fait trop chaud et la laiterie est fermée. Et on leur parle de Roquefort.</p> <p>- le Roquefort reste à roquefort alors qu'ici on est au démarrage, la brebis, le lait et on le fabrique. Il est en finition à Roquefort.</p> <p>- On s'affiche quand même comme pays de de la brebis pays du Roquefort quand même, même si on n'est pas tout à fait dans la fourchette. Mais sur nos 11 communes, il y en a 2 quand même qui sont sur les sur le pays, Causse, Roquefort, enfin la partie qui nous manque.</p>
Entretien 5			<p>- sinon les visites à la ferme dans la vallée en tout cas moi j'ai jamais eu de demande vraiment très très importante là-dessus quoi</p> <p>- Après nous on fait des visites, on fait une balade dans les vergers en été, une fois par semaine. Ça marchait très très bien il y a quelques années vers au début là, mais là c'est vrai que depuis ouais, presque une dizaine d'années la demande a beaucoup, beaucoup faibli, quoi.</p> <p>- Les gens sont beaucoup moins demandeurs alors est ce que ça tient justement au fait qu'avec les smartphones maintenant les promenades dans les vergers c'est un sentier qui balisé, qui est connu, il peuvent la faire seul, je sais pas. Il y a un peu de ça, mais pas que. Je pense que c'est c'est quelque chose qui intéresse moins les gens. Ouais, d'avoir une information.</p> <p>- c'est pas immersif, comme quand on va sur le Larzac, dans une ferme où il y a des brebis ou les..., rentrer dans la bergerie, ça a pas le même le même attrait, c'est sûr. C'est moins, attachant. une cerise, qu'une brebis quoi.</p>	<p>- Après je pense que les gens demandent de plus, ouais, des visites où il y a des animaux, où il y a vraiment, où la ferme elle est, elle est assez centrale et où on peut...ou à une activité type la laiterie, après, après, après ou faire du fromage</p>	<p>- Et chacun se cueille ses fruits et on paye à la sortie, ça se fait de plus en plus. Il y a une demande qui émerge là-dessus, ça permet d'avoir des cerises moins chères déjà d'avoir du fruit super frais puisque on a le fruit qui vient d'être ramassé et plus ça fait une activité que en général les familles et les gens apprécient ou les gens qui font des confitures par exemple, pour pouvoir ramasser plus de fruits</p> <p>- Voilà, maintenant c'est vrai que là par contre la demande il y a de plus en plus de demandes là-dessus,</p>	<p>- les demandes que j'ai beaucoup, moi c'est classique, ça me dit "Ah mais on est ici, on n'a pas vu de brebis, ou c'est qu'on voit les brebis"</p> <p>- il y a même pas besoin de visiter une ferme pour ça quoi. Faut expliquer elles sont sur le plateau le matin ou le soir, mais pas en journée, voilà, c'est à peu près ça.</p>
Entretien 7		<p>- Les ouais, les marchés à fond. Les marchés, je pense que c'est même c'est la première demande.</p> <p>- Marchés, voilà annuel et puis marché, marché nocturne, tous les marchés nocturnes qui vont se passer sur Millau et sur les communautés de communes, enfin sur les villages alentours</p> <p>- Ouais et après c'est surtout où est-ce qu'on peut, où est-ce qu'on peut aller directement à la ferme pour pour ramener le produit qu'on a acheté directement sur place</p> <p>- Alors ça va être où est ce qu'on peut acheter du fromage à la ferme directement.</p>				<p>- où est ce qu'on peut voir des brebis brebis, c'est pas visites de ferme. Où est-ce qu'on peut voir des brebis ?</p> <p>- la demande première, c'est quand même brebis quoi, ça veut pas dire que les autres produits ne sont pas du tout demandés, mais la, la, la grande, la la la voilà la, la porte d'entrée, ça reste, ça reste à la brebis : Brebis et fromage, brebis et lait.</p> <p>- Ben il faut voir que pour pour les visiteurs, ils sont essentiellement urbains, donc on leur vend Roquefort, on leur vend de la brebis à tout va. Ils arrivent ici, donc ils s'attendent à voir des brebis déjà ils en voient pas. Parce que forcément, quand eux se lèvent, les brebis elles commencent à avoir chaud, elles rentrent. Et quand eux vont rentrer au camping, les brebis elles sortent. Donc en fait c'est c'est presque un mythe.</p>

Thème 2 : Les demandes et offres du territoire en matière d'agritourisme
offre

Liste des entretiens	Sous thèmes	Une offre pauvre éparsé, et qui disparaît	Une offre peu qualifiée ou essentiellement liée au réseau Bienvenue à la Ferme	Une offre qui ne répond pas entièrement aux attentes des visiteurs : un produit fini à acheter au supermarché	Une offre qui se développe grâce à l'OT sur le Requistanais	Comment l'offre actuelle est elle valorisée ? C'est un peu compliquer !	Une offre pas mise en avant sur le terrain et une signalétique obsolète
Entretien 2		- Donc là nous on a maintenant on n'a plus ça, des visites de fermes, il s'en fait plus pour plein de raisons	- J'ai redécouvert grâce à vous essentiellement qu'il est géré aujourd'hui par la chambre de l'agriculture au travers de label. - Donc bienvenue à la ferme c'est quand même bien représenté - Voilà après en termes d'animation je dois reconnaître qu'aujourd'hui, c'est quand même fait beaucoup du coup par les labels et donc je pense Magaly Bruel, aujourd'hui, elle est, elle est incontournable sur notre territoire - on perd du temps parce que ces actions là il faut que je retourne sur le site Label pour voir que j'ai tel ou tel partenaire qui va pas m'informer, donc on va pas être dans le dans le réseau de communication et puis voilà, on est informé à posteriori, - les actions qui sont portées par la Chambre, moi je les apprends soit à posteriori ou 15 jours avant un événement, - Sur l'oeuno tourisme, ça s'est fait par l'ADAT, donc toujours bon. - Pour l'instant, la chambre de l'agri, c'est c'est plus difficile. Mais je vois que déjà en interne c'est compliqué donc, il me faut relativiser là-dessus mais c'est vrai que travaillant avec la ADAT depuis 10 ans ou c'est tout le contraire - Sa marque de coordination. - On est de plus en plus associé, on y était quand même, on est associé, mais je pense que c'est encore vert. - [en termes de prestations agritouristiques sur votre territoire, qu'est-ce que vous avez tendance à recommander ?] Peu de choses parce que elle est pas structurée -, la structuration permettra d'écrire tout ça, de fluidifier l'information et peut-être de structurer mes partenariats. Parce que ce que je reproche aux uns, c'est peut-être un défaut de ma façon de bosser				
Entretien 4				- En sachant que nous on n'a pas de produit fini hein, donc c'est un peu aussi ce qui pêche chez nous sur la finalité de la visite. Par rapport à l'attente d'avoir... repartir avec son produit, "j'ai vu, ou s'était fabriqué, enfin voilà, j'ai, j'ai fait la rencontre humaine et puis j'ai le produit à la fin". C'est pas clôturé comme ça. - Donc du coup certains ont mis des ateliers en place aussi pour vivre une expérience différente. Je sais pas, on peut... Sur la ferme pédagogique, Christine, elle a fait quoi...on peut préparer une portion de nourriture, on pèse, on mélange les graines, tout ça. Voilà, il y a un côté comme ça, on va. Elle propose de faire du beurre. Elle propose à faire de tisser la laine. - après j'ai quoi donc j'ai sur une autre ferme, j'ai la dégustation de fromage et des vieux outils. Il s'est fait un espace... voilà donc il il propose aussi ça - . C'est à dire qu'en fait on ne transforme pas sur place. Contrairement à des fermes qui pourraient faire des cabris... les caprins en fait ...les les fromages de chèvre à la fin on a peut se prendre 2 3 petits fromages de chèvre et voilà là c'est pas le cas. Voilà. Et on n'a pas d'endroit pour acheter du Roquefort mise à part envoyé au supermarché quoi. C'est moins poétique. Enfin c'est voilà, c'est ça perd un peu son charme.	- Alors nous l'agritourisme, on commence à se développer. Là, cette année, on a, on a, a développé des rendez-vous, là on va voir comment ça, comment ça se, ça se, ça va se passer. - Il y a, il y a une demande, on a 4 fermes sur le on en a un peu plus... On a 4 fermes en fait qui se sont, qui se sont, qui sont ouverts à l'agritourisme mais depuis déjà pas mal de temps. Je dis 4 parce qu'il y en a une pédagogique. Qui est fermé l'été qui est ouvert plutôt aux écoles. - Alors essentiellement, c'est de la visite de la ferme - alors après, en fonction de certaines fermes, on peut toucher l'animal ou pas, voilà ... certains, on met même des charlottes et des choses aux pieds pour voilà , - Il y en a une qui fait de la dégustation fromage - Il y en a...ils ont au contraire pof...ils nous mettent presque, si un anneau, les mains... l'agneau dans les bras - On est allés les chercher, on leur a proposé autre chose que leur visite de ferme. On a associé des des, des animations à la ferme en proposant un moment gourmand et une animation. Alors ça peut être contes, théâtres... Enfin la culture, visite, culture et et moments gourmands	- On le met dans nos guides touristiques, dans notre guide touristique. Après, il est valorisé sur les fiches, les fiches HIT Aveyron essentiellement. Et puis on on les affiche, enfin voilà... si on nous donne des supports, on les met en, on les met en valeur. À l'Office de tourisme, voilà, voilà. - Je me rappelle arrivée et aller demander à Roquefort Sociétés, enfin bref, sur un sur un, une bourse d'échange de nous prêter un, de nous céder, je sais pas comment faut dire un faux fromage Roquefort pour qu'en fait on puisse au moins l'afficher. Ou en tout cas-là, à l'Office de tourisme, quoi. Et ça a été, ça coûte tant. Bon je trouve, c'est un peu dommage, mais voilà, on n'a pas dit notre dernier mot hein, mais...	
Entretien 5		- dans la vallée ils sont une ...enfin qui vivent vraiment de ça pour qui c'est une activité vraiment importante ça doit être une trentaine. - enfin dans le verger en direct, moi j'en ai 2 là, j'ai 2 contacts. Je pense qu'il doit y avoir moins d'une dizaine même ouais, même pas à pas une dizaine. Ça m'étonnerait qu'il y en ai beaucoup plus, après c'est vrai que c'est un peu compliqué à organiser au moment des cerises - l'agritourisme autour de la cerise, à part la maison de la cerise, finalement il y a pas grand chose quoi. Et hormis cette activité de cueillette au verger.					
Entretien 7		- Je dirais épars [...] En nombre, pas en qualité - et pas pas suffisamment qualifié en tant que tel, en fait. On sait qu'il existe des choses, mais c'est on va aller chercher un petit peu à droite à gauche - Ça va être en fait des petites infos qu'on va aller chercher à droite à gauche, mais y a pas une source à part peut-être le document [...]c'est bienvenue à la ferme qui va référencer à l'échelle de l'Aveyron où est-ce qu'on dort à la ferme ? Où est-ce qu'on mange à la ferme ? Quelles sont les fermes pédagogiques ? Où est-ce qu'on peut ramener des produits qui est peut-être, voilà le le le document le plus complet. Mais après, je trouve que ça manque, ça manque d'une unité. - Moi je pense que je on manque de manque de ressources. - Les prestataires qui viennent logiquement nous voir. Via la boutique aussi, on est une boutique au sein de l'Office de tourisme, 98% de produits dans issus d'un rayon de 50 km autour de Millau. Donc le fait que tes prestataires viennent présenter leurs produits pour demander s'ils peuvent intégrer la boutique ou nous quand on fait une recherche aussi pour rentrer des nouveaux produits qui seraient susceptibles de plaire à nos cibles. - Et on va plus essayer d'aller piocher à droite à gauche, des fois c'est des hasards aussi nous mettent sur la route.			- Via la boutique en premier lieu. Comment est ce qu'on la valorise ? Via aussi les les la mise en avant de sites de visites. Alors là aussi c'est ce que la maison de la Cerise, ça, ça rentre aussi dans l'agritourisme. - Est ce que les caves de Roquefort ça rentre aussi dans l'agritourisme ? C'est des premières portes d'entrée en tous les cas dont on parle très facilement tous les jours - D'autant qu'après on pêche parce que c'est bien joli de donner envie aux gens, mais si derrière on peut pas répondre, voilà c'est la les promesses, les promesses ça c'est bien, mais voilà - Parce que l'agritourisme pour en faire vraiment une thématique de développement du moins à l'échelle d'un office de tourisme ou d'une destination comme la nôtre, avec en plein milieu un pôle urbain comme un Millau et le viaduc de Millau...c'est faut sacrément être fort pour prétendre faire de l'agritourisme une une thématique principale... voilà quand on s'appelle Millau, qui a le viaduc et qui a Les Gorges du Tarn. Par contre, ça fait partie de de l'âme de la destination de l'ADN de la destination donc voilà.	- , ce qui me vient, c'est l'exemple de personnes qui qui étaient étonnées avant de venir à l'Office de tourisme d'avoir circulé en voiture un peu partout, et justement, contrairement à des territoires plus montagneux que chez nous où c'est indiqué ferme vente de ceux-ci, veux-là, très facilement visible partout, chez nous c'était très obscur et elle comprenait pas que on puisse pas trouver un endroit pour acheter un morceau de fromage autrement qu'à la crémierie qui est en centre ville à Millau et que ça soit pas que ça soit pas mis en avant, qu'on le lissee pas facilement qui est pas - Ouais, y a historiquement y a un circuit effectivement, y a encore des panneaux de signalétique routière fortement obsolète qui existent sur le circuit des fermes du Larzac. - Et en gros, c'est y a pas, y a pas, c'est pas vraiment un circuit avec ABCD, enfin des étapes, mais en tout cas, c'est un faux circuit qui permettait d'aller de ferme en ferme sur le Larzac.	
Entretien 12		- Ce soit sur le tracé oui mais bon, c'est vrai que là le tracé les producteurs régionaux il y en a pas énormément quoi hein - comme je dis ici, il n'y a pas, il y a pas forcément de producteurs					

		Thème 2 : Les demandes et offres du territoire en matière d'agritourisme La clientèle et ses attentes						
Liste des entretiens	Sous thèmes	Une clientèle urbaine avec en recherche de bons produits, le bien manger, et une difficulté à promouvoir et à trouver les spécialités locales	En recherche de convivialité au travers de festivités et un besoin de liberté	Voir comment sont fabriquer les produits	Passer du temps	Une offre structurée	Être en contact avec l'agriculteur	Des besoins différents selon la typologie
Entretien 2		<ul style="list-style-type: none"> - Quand on demande un marché, c'est qu'on veut pas aller à l'hyper marché, on veut du producteur en face de nous et du produit sain. - Donc il y aurait l'idée de ouais, du produit local. Ça, ça, je pense que ça c'est presque indissociable des visites de ferme. De mon point de vue à moi en tant qu'office de tourisme, là je fais très attention. Les gens attendent enfin. Ils veulent du produit, du du CRU. 	<ul style="list-style-type: none"> - Y a ça et puis le public de randonneurs mais de la pleine nature globalement. C'est des bons vivants. Mais tout ce qui tourne autour de la pleine nature, c'est à dire que pêche, chasse, tradition, escalade. Tous ces gens-là, les les, les coureurs, les travailleurs, ils ont qu'un point commun, c'est autour de la table. Et d'ailleurs c'est là où ils vont s'entendre autour d'un bon verre de vin. Il y a cette histoire de convivialité, la bonne chaire, le bon produit. C'est un prétexte à à échanger. Voilà. Donc oui, ça correspond aussi aux attentes de la cible. 					<ul style="list-style-type: none"> - Et les visites viennent un peu plus loin parce que c'est encore plus spécifique, on n'est plus dans la consommation du produit, on est davantage dans l'animation, donc c'est presque de la, c'est c'est, c'est, c'est ouais, c'est rencontrer les animaux, la vie de la ferme, c'est c'est presque à but pédagogique. Quand les parents amènent leurs enfants toucher les veaux, les agneaux, ce qui est pas forcément d'ailleurs attendu par les agriculteurs, y a cette idée de faire passer par l'émotion un peu ben cette vie, c'est ce qui voient potentiellement ce qu'ils mangent créer de l'émotion autour de ça.
Entretien 4								<ul style="list-style-type: none"> - L'agritourisme, il est souvent demandé en famille
Entretien 5								<ul style="list-style-type: none"> - ça fait [la cueillette des cerises] une activité que en général les familles et les gens apprécieront ou les gens qui font des confitures par exemple, pour pouvoir ramasser plus de fruits - Je pense que le public des visites c'est plus un public familial avec plutôt des jeunes enfants, qui ont vraiment cette envie de découverte d'autres milieux.
Entretien 6				<ul style="list-style-type: none"> - Je pense qu'ils cherchent à voir comment sont fabriqués les produits 	<ul style="list-style-type: none"> - et puis aussi vraiment aller en juillet, toutes les les touristes purs, c'est juste pour passer 2 h quoi - Oui, je dis le t'e là, il fait beau ou il pleut, on va, on va aller se balader pendant 2 h dans une ferme, ça fera ça nous fera une sortie pas très chère. Je pense qu'il y en a pas mal. C'est comme ça aussi hein. Et ceux-là ils achètent rien du tout quasiment. Ouais, c'est juste pour passer du temps en plus de la visite, elle est gratuite donc du coup. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ils aimeraient, voir un truc un peu plus aseptisé, avec des allées propres, un coin où ils peuvent se poser, manger ou on puisse leur servir des produits, je pense qu'ils attendent ça. - Ouais, bien structuré, mais moi je suis prêt à faire tout ça si y a du monde qui passe. Et là c'est vrai, pour l'instant, nous on n'a rien mis en place, hein. 		
Entretien 7		<ul style="list-style-type: none"> - Je dirais quand même que c'est plutôt, c'est quand même plutôt aussi des urbains et des actifs qui vont nous poser ces questions-là, qui vont avoir envie de ramener justement du fromage dans une ferme qu'ils auront visité, qu'ils auront vu de leurs yeux, vu où ils auront rencontré le producteur, où ils auront échangé. - et avec un peut-être aussi une conscience un peu écologique ou environnementale, ou en tout cas du bien-manger et de ce que ça ouais, de peut-être probablement des gens qui chez eux déjà ont aussi ce goût-là de bien manger. - [les spécialités locales] c'est une case à cocher déjà dans leurs vacances. Et puis c'est ouais, l'envie de découvrir aussi un produit. - parce que de toute façon ils s'attendent à bien manger déjà, Aveyron égale bien manger, Lozère égale bien manger donc... - y a un vrai et une vraie demande et il y a un vrai amalgame sur l'aligot parce que les gens qui viennent ici, ils viennent manger l'aligot parce que c'est Aveyronnais et de faites quand on leur dit alors vous allez pouvoir manger dans les restaurants, mais ce sera pas la même expérience que dans les burons, ce sera pas... parce que c'est quand même un produit qui est plutôt issu du Nord Aveyron, donc pas sur le bon territoire. Ah bon ? Mais qu'est-ce que c'est les spécialités de Millau ? Qu'est-ce que c'est les spécialités ? Et là on pense, quelles sont les spécialités de notre destination ? On a le peral qui vient d'être, voilà reconnu IGP. Mais après, c'est vrai que c'est difficile de répondre. Quelle est la spécialité de Millau ? Qu'est-ce qu'on met en avant ? - Après, c'est toujours embêtant pour nous au comptoir, quand on nous demande des produits du terroir, de renvoyer sur Lederc et Intermarché. - Par contre, force est de constater qu'aujourd'hui. Si tu veux rencontrer la gastronomie locale et avoir des produits, Ben c'est là où t'as le meilleur choix, à des prix qui correspondent à la clientèle qu'on a devant nous. 	<ul style="list-style-type: none"> - ça me fait penser ce que tu dis, que les clients ils sont aussi en recherche d'autres choses que cette approche agrotouristique pure. C'est à dire que dans justement les fêtes et manifestations, il y a l'aspect convivial, il y a l'aspect festif qui va être associé aussi à la découverte du produit terroir - je pense fait moins peur entre guillemets, ca avait fait le parallèle avec nos visites guidées ou parfois les gens ont peur de s'engager dans une activité qui on va dire strictement tournée sur cet aspect-là - On n'est pas focalisé que sur le produit, il y a une ambiance, il y a pas une... un créneau, il y a pas une durée dans la laquelle on est contrainte. Donc je pense que ça aussi ça facilite l'approche de l'agritourisme à partir du moment où les gens sont pas engagés avec leurs 4 enfants qui n'ont pas de patience à suivre un une découverte qui certainement serait hyper intéressante pour tout le monde et très adaptée. 				<ul style="list-style-type: none"> - les besoins vont être différents. Les familles, il faut le le côté pédagogique et aussi approche de la ferme, l'approche avec l'animal, ça va peut-être être un peu plus poussé que pour un couple qui lui, cherchera plus le le bon produit. Mais après ouais moi les groupes j'ai pas du tout idée de ce que l'agence réceptive a comme demande, ça passe peut-être plus sur la restauration, le fait de manger le produit, mais.... - Des questions aussi sur des fermes pédagogiques pour des familles 	
Entretien 10								<ul style="list-style-type: none"> - l'agritourisme malgré tous les gens, ils viennent pour ...et de plus, c'est encore plus vrai aujourd'hui sur l'aspect expérience rencontre si tu nous mets un saisonnier, ça marche pas, ça marche pas du tout hein, ça fait plop hein, parce que en fait si ils choisissent l'agritourisme c'est pour être en contact avec l'agriculteur, c'est l'agriculteur, il a pas le temps, ça marche pas, ça marche pas
Entretien 11			<ul style="list-style-type: none"> - enfin honnêtement hein. Parce que quelqu'un... un randonneur, il aime la nature, donc il est-il est proche des animaux, il est proche de tout ça. Je pense qu'il apprécierait ce petit moment de détente à la ferme 					

Liste des entretiens	Sous thèmes	Les points positifs			Thème 3 : Les retours sur le GR					
		La beauté du parcours	L'engagement	Le balisage	Un manque d'hébergement à la nuitée et un flou autour de la notion de bivouac	Restauration et ravitaillement	Entretien et balisage des sentiers	La panne de batterie et de gens qui n'arrivent plus à s'orienter	Le transport de bagages et de personnes	
Entretien 2					<p>- Ah ben des des problématiques, les questions qui peuvent se poser, c'est donc toujours lié à l'hébergement, donc il y a la question, notamment ravitaillement.</p> <p>- il y a des solutions qui se mettent en place le Bivouac, il reste flou pour les acteurs. En termes de définition ça veut dire par extension d'aménagement possible. Voilà, il y a de la restriction autour de la notion de bivouac.</p> <p>- les besoins c'est la diversité d'hébergement, [...] il y en a mais les modèles économiques ne sont pas bons et pas adaptés à cette cible de clientèle. C'est à dire que c'est des locations à la semaine.</p>				<p>- Ça peut être pour justement ce public-là qui est souvent en autonomie complète ça va être les points de aires de bivouac qui reviennent.</p> <p>- j'ouvrirais une petite porte sur les enjeux notamment sur le déplacement décarboné, ça serait la prise en compte des gares, donc les points de départ à cet endroit la parce que bon, donc du coup clairement des points modaux, des aménagements, la possibilité je sais pas de location de vélo des choses comme ça pour exploiter, pour exploiter les gares.</p> <p>- Donc le transport, ça veut dire transport de bagages, donc aujourd'hui, ...J'ai reçu un opérateur là, qui est là-dessus, qui est tout opérateur, qui gère aussi son transport de bagages pour ses clients, le GR®736 l'intéresse peu parce que c'est c'est compliqué dans notre vallée, il y a peu de peu de route, du coup c'est ça coûte très cher.</p>	
Entretien 4					<p>- Voilà donc, du coup, vu qu'on a déjà peu peu de d'hébergeurs à moins de 2 km, on a 4 et sur 4, il y en a 2 qui le font quoi [hébergement à la nuitée]. Donc ça, ça pénalise quoi sur cette étape là.</p> <p>- . Donc à la nuitée aussi chose que de plus en plus ou de moins en moins d'hébergeurs veulent faire, la nuitée. Voilà donc ça devient compliqué</p>	<p>- on a eu plus sur l'entretien avec des herbes hautes, des choses comme ça mais pas plus, pas pas d'autres remontées et en plus qui sont passés par l'OT d'Ambialet pour... sur notre tronçon entre les 2 voilà donc c'est ça a été vite réglé. C'est vrai que à cette période-là ça pousse à une vitesse de feu donc voilà c'est tout.</p>			<p>- Et sur le transport de bagages aussi ça c'est vrai que c'est un... et aussi de personnes c'est aussi une problématique. On sent que sur cette distance là, il y aurait vraiment besoin d'avoir plus de services, ou en tout cas plus de compréhension du service existant de la Malle Postale, de ce qu'elle fait ou de ce qu'elle ne fait pas.</p> <p>- Nous c'est quand même c'est c'est quand même un phénomène assez régulier de personnes de personnes qui se plaignent, notamment à partir de Millau jusqu'à Albi quoi sur le tronçon aval ou la Malle Postale ne répond pas, [...]. Enfin ne répond pas positivement dans les demandes des clients et qui plus est, il ne répond pas très bien sur la forme, donc il y a ni le fond ni la forme.</p> <p>- pour ceux qui le font en entier, qui démarrent, qui démarrent en Lozère enfin ou ou ou et qui finissent à Albi, de toute façon, il faut bien qu'ils rentrent donc il y a des demandes, il y a des demandes là-dessus, il y a des demandes sur les bagages et les gros bagages où ça recharge un peu aussi à porter.</p> <p>- . Sans compter les tarifs qui parfois sont effectivement nous, quand on a des plaintes, on a les clients nous donnent les tarifs, c'est prohibitif quoi.</p> <p>- Et par contre on a... Il y a une autre problématique c'est c'est la différenciation entre l'amont et laval de Millau. L'amont était déjà desservi par la malle postale et et et d'autres prestataires, donc j'allais dire ça me pose moins de problèmes parce qu'ils ont pas attendu le 736 pour développer avec tous les GR qu'il y a. Par contre la partie en aval elle est plus pauvre en sentier, en itinérance ou autre, et enfin moins développés et ben Voilà, ça intéresse forcément moins ce les prestataires.</p> <p>- avec la Malle Postale et et aussi là on s'y retrouve pas quoi. Et pour nous le point noir il est plus là, que voilà sur les hébergements</p>	
Entretien 7					<p>- La beauté du parcours sur toute la partie amont, le côté spectaculaire, les vues, la cette immersion vraiment dans la nature, c'est c'est ce qui ressort</p> <p>- Et après sur les points positifs, j'essaie de réfléchir...sur le le, l'engagement sur ce GR qui est quand même un fort dénivelé peut être par rapport à d'autres, d'autres parcours</p> <p>- après sur je pense à un autre truc, mais ça vient de m'échapper... Sur l'aspect positif aussi sur le balisage, le balisage est assez bien fait, on a des bons retours.</p>	<p>- là on passe plutôt dans les aspects un peu moins positifs sur le manque d'hébergement sur des retours de prestataires d'hébergement qui font l'accueil de ce public, mais qui quand même transmettent aussi parfois aux aux randonneurs le fait que ils sont chanceux parce qu'exceptionnellement ils ont-ils peuvent séjourner une nuit. Mais voilà, on sent qu'il y a quand même cette difficulté, l'hébergement qui remonte.</p> <p>- Ou de manque d'hébergement, de manque de de gîte communale, y a pas très longtemps.</p> <p>- Ah bah c'est c'est c'est la problématique de prononcer le mot bivouac et d'avoir un discours cohérent, précis, qu'est ce que je peux faire ? Pas faire ? Ou quand ? À quelle époque ? Pourquoi ? Sur quel parc ?</p> <p>- parce qu'on passe des Cévennes au Parc des Grands Causses, les réglementations, ce n'est pas les mêmes, puis dessous il y a plus de parc et mais ça veut pas dire qu'il y a pas des zones protégées et ultra sensibles</p> <p>- Il y a des il y a des problèmes.Bon, on le savait dès le départ hein, mais il y a il y a un vrai problème d'hébergement sur sur le GR quoi pour une nuit avec les hébergements sont là mais mais par contre ne ne veulent pas lour à la nuitées, et donc c'est 2 nuités</p>	<p>- On a eu quelques retours, parfois de de débroussaillage qui serait nécessaire sur des portions dont auquel cas on fait remonter au service tourisme de la Communauté de communes et après eu relais aux différentes antennes pour qu'il y ait une intervention</p>		<p>- Et sur le transport de bagages aussi ça c'est vrai que c'est un... et aussi de personnes c'est aussi une problématique. On sent que sur cette distance là, il y aurait vraiment besoin d'avoir plus de services, ou en tout cas plus de compréhension du service existant de la Malle Postale, de ce qu'elle fait ou de ce qu'elle ne fait pas.</p> <p>- Nous c'est quand même c'est c'est quand même un phénomène assez régulier de personnes de personnes qui se plaignent, notamment à partir de Millau jusqu'à Albi quoi sur le tronçon aval ou la Malle Postale ne répond pas, [...]. Enfin ne répond pas positivement dans les demandes des clients et qui plus est, il ne répond pas très bien sur la forme, donc il y a ni le fond ni la forme.</p> <p>- pour ceux qui le font en entier, qui démarrent, qui démarrent en Lozère enfin ou ou ou et qui finissent à Albi, de toute façon, il faut bien qu'ils rentrent donc il y a des demandes, il y a des demandes là-dessus, il y a des demandes sur les bagages et les gros bagages où ça recharge un peu aussi à porter.</p> <p>- . Sans compter les tarifs qui parfois sont effectivement nous, quand on a des plaintes, on a les clients nous donnent les tarifs, c'est prohibitif quoi.</p> <p>- Et par contre on a... Il y a une autre problématique c'est c'est la différenciation entre l'amont et laval de Millau. L'amont était déjà desservi par la malle postale et et et d'autres prestataires, donc j'allais dire ça me pose moins de problèmes parce qu'ils ont pas attendu le 736 pour développer avec tous les GR qu'il y a. Par contre la partie en aval elle est plus pauvre en sentier, en itinérance ou autre, et enfin moins développés et ben Voilà, ça intéresse forcément moins ce les prestataires.</p> <p>- avec la Malle Postale et et aussi là on s'y retrouve pas quoi. Et pour nous le point noir il est plus là, que voilà sur les hébergements</p>	
Entretien 9					<p>- les remarques sont bonnes, les gens sont très contents de tout. Donc enfin globalement voilà par un ou 2 grincheux qui a toujours voilà, il peut y avoir ça c'est normal, ça c'est pas normal, s'il n'y en a pas c'est qu'il y a un truc qui est louche. Donc quand les gens ils s'expriment, c'est qu'ils sont contents, ils vont juste que ça s'améliore. Globalement ça va. Et nos paysages, suffisent à ce que ça marche bien.</p> <p>- partie aval, les gens apprécient énormément, ils font de sacrés bonnes remarques, on voit les photos qu'ils partagent et tout de la nature ordinaire en fait, des paysages ordinaires que nous on trouve ordinaires et qui finalement pour eux, ben c'est en pleine nature, ils sont-sont-ils sont enchantés quoi</p>	<p>- Si après ce que j'ai entendu des randonneurs c'est le manque d'hébergement, toujours pareil.</p> <p>- Dans la dernière fois, la semaine dernière, c'était un groupe qui s'était organisé en faisant 2 nuitées dans un hébergement, une voiture qui les prenait pour les ramener le lendemain au départ de l'étape où qu'ils avaient arrêté.</p> <p>- Les individuels ils sont souvent, c'est un gars tout seul tout seul et on voit qu'ils sont assez autonomes mais je pense qu'ils s'embêtent pas. Ils font du bivouac en autonomie et et dès que c'est un groupe 3 4 ça devient compliqué quoi</p> <p>- [le bivoi] Parce que ça c'est c'est, c'est légitérer hein, c'est clair hein, c'est une nuit, c'est que la nuit et on monte, la tente un peu en fin de journée assez tard. Et on et on reste discret, on laisse pas de trace hein et et on est discret aussi, on met pas de la musique à fond, on voilà, on est discrets dans la nature mais aussi aux abords du village</p>	<p>- Alors on a quelques petites remontées de balisage mais liées à du débâlisage, il y a un riverain en particulier qui qui acceptent toujours pas que le GR puisse passer la bien que ce soit un chemin rural. Bon là on rebalise, il redébalise. Donc les randonneurs qui passent après qu'ils ait débâlisé et Ben forcément ils font une remarque</p> <p>- Et après les problèmes d'entretien, effectivement il y a toujours un moment où il va y avoir une zone qui est un peu moins entretenu, on peut pas tondre comme le parc jardin de la de la ville quoi. Donc forcément il y a des moments où il y a des ronces, il faut savoir qu'une ronce en 1 semaine elle traverse un chemin.Donc quand il y a un rondier juste à côté du chemin en une semaine il peut y avoir un chemin qui pourrait donner l'impression qu'il est pas entretenu</p>	<p>- Et puis c'est quand même c'est pratique. Après il y a le piége de du GPS qui consomme ma batterie, de des données qui passent pas s'ils ont pas téléchargé hors ligne. Et il y a des gens qui se retrouvent avec finalement rien quand les smartphones ne marchent plus et qui savent plus s'orienter ça, c'est un problème, par contre, il y en a encore, qui se font avoir comme ça.</p> <p>- Oui, Qui ont pas prévu la batterie auxiliaire pour charger en cours de route donc voilà après globalement après les expérimentés ils savent faire</p>		
Entretien 11					<p>- On est très content que ce GR ...ça fonctionne et puis ils disent que c'est vraiment très beau quoi, le parcours est magnifique. C'est vrai que c'est c'est bien tous ces chemins de randonnée, c'est super quoi.</p>	<p>- . Je les campings sont souvent fermés, ils ouvrent tard. Ca aussi où ça nous est arrivé d'accueillir dans le jardin une personne qui était... qui trouvait pas pour se loger et on l'a accueilli dans notre jardin quoi carrément</p>	<p>- disons qu'ils trouvent pas grand chose sur le sur le trajet surtout dans ce coin là je lui dirai question alimentation</p> <p>- Et voilà ce qu'il y a. Voilà ils disent-ils voient pas comme à Brousse, là c'est marqué épicerie elle y est pas l'épicerie. Donc voilà, des fois ils sont surpris parce que sur le tracé il y a marqué quelque chose sur le bouquin et ça y est pas.</p> <p>- Et nous ce qu'on trouve dommage, c'est que ce bouquin il est sorti sur le GR. On n'a pas été consulté parce que on aurait pu peut-être apporter plus de choses parce que vraiment les gens sont surpris de voir une épicerie aussi grande à une boucherie, on fait traiteur, on peut faire des plateaux de dernière minute, repas et tout ça ils le savent pas.</p>			
Entretien 12					<p>- ils apprécient enfin la nature préservée.</p>	<p>- C'est c'est un manque quand même et d'avoir un endroit où dormir juste la nuit sans que ce soit une tante.</p> <p>- le besoin peut-être d'un peu plus de possibilités de de nuitées enfin enfin de le couchage à la nuit</p>	<p>- Après, c'est ce qui peut manquer à certaines périodes, c'est la petite épicerie ou quand l'épicerie est fermée.</p> <p>- que le le plus gros hic qui qui est dans notre région, c'est surtout tout ce qui est commerce, voilà commerce, épicerie.</p> <p>- Mais c'est vrai que l'épicerie est en gros manque. Voilà et restauration certains jours. Certains jours parce que certains jours en fait je sais plus quel jour c'est le mardi ou le mercredi, quasiment tous les restaurants à cette période là en effet c'est plus pareil. Mais ils sont tous fermés le même jour alors ils se retrouvent sans épicerie et sans restaurant.</p>		<p>-Après y a pas de retour forcément négatif hein, je j'en vois pas. Peut-être par rapport au transport, avant une certaine période, pour les retours, enfin, à l'endroit où ils sont partis, et cetera, où c'est vrai que là les transports sont quand même très légers hein si quelqu'un veut arrêter au Rosier, a part le bus, bon il y a une un bus par jour quoi, donc il faut tomber sur la bonne heure</p> <p>- Mais Ah Ben moi je pense avant qu'il y ait les transports qui sont mis en juillet août. Hors saison donc, c'est-à-dire de parce que ici... enfin, nous, on ouvre 2 avril à mi-septembre, presque fin septembre, donc 2 avril à juin à fin juin et de et tout le mois de septembre y a plus aucun transport,</p> <p>- je pense que ceux qui font avec la Malle Postale c'est ceux qui c'est les personnes qui ont déjà l'habitude de de travailler avec, qui savent comment ça marche. Je pense qu'il y a pas suffisamment de peut-être d'informations là-dessus, tout le monde le sait pas.</p>	

		Thème 3 : Les retours sur le GR Les solutions/ améliorations autour de l'itinérance			
Liste des entretiens	Sous thèmes	Un Site sur le GR 736 ! Et une carte	Hébergements simples	Restauration : rendre l'information disponible	Un outil permettant de faciliter la réservation en ligne et informer sur la restauration
Entretien 2		<p>- donc le site central par contre un site si on le GR®736 ça, aujourd'hui, c'est c'est quelque chose qui est nécessaire parce que les territoires ont fait un peu chacun leurs sautes, et nous on va partir dans cette voie-là, mais l'objectif ça sera de mentionner le GR, mais de préciser les bons plans, les bonnes pratiques, les attentions particulières sur la vallée du Tarn, être sur quelque chose de très pratique pratique et moins sur le récit, l'aventure.</p> <p>- La promesse un peu marketing, je trouve que ça devrait se retrouver sur un site. Et puis dès qu'on clique sur un secteur bim on arrive sur du en savoir plus et nous on rentre dans ces trucs là, est ce que on va retrouver de l'emporter à toutes les étapes, où est ce qu'on les trouve est ce qu'il y a des questions de créneaux horaires voilà. Qui on appelle si on est en galère ?</p>	<p>- Il y a des alternatives qui se mettent en place, donc je conserve le mode de location en séjour et j'ai une chambre ou des emplacements qui sont dédiés au randonneur.</p> <p>- Y a des chambres d'hôtes qui ont switché, qui ont revu toutes leurs stratégies parce qu'ils ne fonctionnent qu'avec des randonneurs,</p>	<p>- Et l'idée c'est vraiment que aussi le service se présente sans passer par l'Office, que ça soit beaucoup plus intuitif et que au moment où on informe déjà sur l'hébergement, le service il vient de se poser donc on peut le signaler que ça se fait</p> <p>- Pour autant l'Office de tourisme n'est pas se substituer, il peut pas. Enfin, il faut absolument que l'information et que le service il soit visible de par ailleurs donc sur les sites d'information web des différents prestataires aux abords de de l'itinéraire , du tout bien évidemment</p> <p>- Donc nous on a une refonte du site internet, il y a beaucoup de réflexions aussi on en a parlé il y a peu avec Sandrine sur ces informations spécifiques sur le territoire et l'information autour du GR® 736 est certainement là qu'il faudrait vraiment travailler cette information ou en tout cas voilà attirer l'œil pour que ce soit précisé parce que fatalement ils vont pas y penser au moment ils vont réserver l'hébergement, puis après ils vont se dire mais où est ce que je mange en fait ?</p>	<p>- La chose qui pourrait être rajoutée là-dessus ça j'en avais parlé avec Joël, c'est déjà prévu, elle a le dans l'interface administrateur, c'est la possibilité de réserver directement en ligne parce que du coup il y a un outil qui est très fonctionnel et il y a quand même une tranche du public qui fonctionne avec ça.</p> <p>- Donc nous on a une refonte du site internet, il y a beaucoup de réflexions aussi on en a parlé il y a peu avec Sandrine sur ces informations spécifiques sur le territoire et l'information autour du GR® 736 est certainement là qu'il faudrait vraiment travailler cette information ou en tout cas voilà attirer l'œil pour que ce soit précisé parce que fatalement ils vont pas y penser au moment ils vont réserver l'hébergement, puis après ils vont se dire mais où est ce que je mange en fait ?</p>
Entretien 7		<p>-voilà sur les hébergements effectivement c'est plus compliqué mais mais il y a peut être des solutions, voilà. A voir entre les bivouacs du du Bivouac à la ferme.</p> <p>- voilà d'avoir sur une carte interactive, les hébergements, parce que ça fluctue et ça sert à rien d'imprimer puisque si ça se trouve 6 mois après, il y est plus ou il est passé en résidence secondaire ou je ne sais quoi donc voilà, mais d'avoir d'avoir tout ça et de pouvoir mettre des zones, propice aux bivouacs, avec je sais pas, vers orange, rouge du du plus propice à l'interdit quoi.</p>			
Entretien 9		<p>- C'est à dire promouvoir le Gorges et Vallée du Tarn, le site Internet on l'a toujours pas sorti</p>	<p>- Donc les aires de bivouac seront peut-être une solution, comme à St Rome de Tarn, mais est-ce que ça répondra aux besoins de tous.. J'y crois pas parce que ceux qui font vraiment du bivouac se débrouillent en fait.</p> <p>- Essayer qu'il y a plus d'hébergement quoi à la nuitée, il faut qu'il y ait plus de randonneurs pour que les hôteliers voient l'intérêt économique d'avoir des nuitées, pour qu'ils remplissent la nuitée, les trous qu'ils ont pas remplis à la semaine voir 3-4 jours.</p> <p>- Finalement, les gens, ils préfèrent avoir un truc un peu plus spartiate peut-être, mais avoir possibilité de trouver une étape sécurisée avec un toit en cas de mauvais temps, des toilettes, ne serait-ce que ça, des sanitaires.</p> <p>- Et voilà donc peut-être que les hôteliers arrivent à faire des bah des trucs un peu à part de leur hébergement qu'ils louent à la semaine.</p> <p>- Puis ils ont leurs duvets, ils sont-ils sont capables de bivouquer, donc juste là ils ont un truc en dur, un bivouac en dur en fait, c'est que l'idée qu'avait développé Didier Ausibal au parc, l'histoire du Bivouac en dur pour retaper des vieilles jasses, faire des hébergeries, où il y a pas forcément le confort d'un hébergement d'un gîte à la semaine mais au moins tu bivouac donc t'as ton duvet, t'as ton casse-croûte, t'as t'es autonome, t'as peut être pas besoin d'électricité finalement.</p> <p>- Même si absolument, bon, et ça c'est quand même un service plus plus mettre ne serait-ce qu'un panneau photovoltaïque avec une batterie pour pouvoir recharger au moins les téléphones, vu ce qu'on a dit avant que les gens utilisent le téléphone.</p> <p>- Donc que les communes aussi puissent proposer finalement des terrains qui ne sont pas les terrains de camping, pas loin du village, un bout de terrain ou le dire clairement, tel est aire de jeux pour enfants. Vous pouvez bivouquer là. Bivouac autorisé de telle heure à telle heure, donc du du coucher du soleil, au lever du soleil bivouac autorisé. Et puis il y a les toilettes publiques dans le village, pas loin. Et ça suffit quoi, un point d'eau terminé</p> <p>- ils en ont tous les villages et les c'est juste que les gens osent pas planter leurs tentes au bord de tables de pique-niques au milieu du village parce qu'ils se disent ouais peut-être, on sait pas, voilà. Est-ce que c'est toléré, autorisé ? Enfin si, c'est carrément dit. Voilà moi je... afficher peut être bivouac autorisée et bivouac. Ça veut dire que ça veut dire c'est une nuit et on se lève le matin, on démonte la tente pour le temps du petit déjeuner, on démonte la tente quoi on est, on prend pour le petit déj sur la table de pique-nique mais au moins on enlève... c'est pas un camping quoi</p> <p>[...] et puis ça doit être propre, ça doit être entretenu, ça doit être tendu parce que ça va être tendu pour l'aire de jeux pour les enfants je pense beaucoup à ça, l'aire de jeux pour enfants ou l'aire de pique-nique dans le village.</p> <p>- Il y a un coin à Linçou, par exemple en aval du parc, c'est déjà tout fait, il y a même les toilettes sèches, il y a le barbecue, il y a les trucs, il y a un coin de à peu près plat de pelouse. [...] Le GR passe devant, y a juste à l'identifié [comment ? voir plus bas] que les gens sachent que là ils peuvent se poser, ils ont des toilettes sèches, le points d'eau, le barbecue, les tables, pique-niques abrités. C'est à dire que même s'il fait mauvais, il y a 2 tables qui ont un toit, ils peuvent dormir et mettre leur duvet sur la table, ils se mettent sur la table, ils ont un toit, ils n'ont pas besoin de monter la tente. Ils sont quand même à l'abri en cas de grosse tempête quoi, ils sont hors d'eau aussi. La table pique-nique peut servir presque de de plate-forme pour bivouaque, puisqu'on dit que ce sur les aires de bivouac peut faire des plateformes mais la la table pique-nique est déjà une plate-forme en place.</p> <p>- Mais faut faut pouvoir le dire, l'indiquer et dire oui c'est toléré que y ait pas un riverain qui vient dans le maire et que le matin te réveiller. Oh qu'est ce que tu fais c'est pas comme si c'était un clochard qui dort. Voilà. Donc je pense que c'est une solution pour répondre à certaines, étapes, alors ça répondra pas au groupe</p> <p>- Les personnes un peu plus âgées, ils ont besoin un peu le confort derrière donc là ça répondra pas pour eux mais pour l'individuel pour la la la ce besoin de voilà de bivouac ou quoi je pense qu'on a déjà presque tout ce qu'il faut sur le territoire, faut juste accepter de le dire.</p> <p>- C'est toléré pour les randonneurs et voilà que ça devienne pas effectivement le mec qui il vient en bagnole ..., un camping, un pseudo camping, une voiture ou un fourgon aménagé qui se garent là qui vont utiliser tout le parkings, ça devient 3, 4 fourgons aménagés. C'est un peu la crainte des élus et ils ont raison puisque il y a des terrains qui ont ce problème-là. Sur le Guillamard ils ont commencé à avoir ce souci là, de fourgon aménagé qui se garent n'importe où, qui reste toute la nuit, qui bloque le tracteur le lendemain pour aller faucher, donc ça c'est un c'est un vrai souci aussi. Donc il faut bien l'indiquer pour les randonneurs du GR mais pas non plus en faire à la publicité pour pas que ça devienne un un appel d'air et que les gens se viennent squatter faire des Fiesta parce qu'il y a tout ce qu'il faut.</p> <p>- Et faut vraiment que ça reste communiquer aux randonneurs sur les sites par rapport au GR et pas plus.</p>		
Entretien 11		<p>- Ça peut être intéressant mais de toute façon s'il fonctionne ce GR je pense qu'il y a eu... de alors je sais pas si on peut mettre des commentaires est-ce qu'il y a par exemple sur chaque GR, bon là on parle du 736, est-ce que par exemple les personnes qui le font peuvent par exemple faire des remarques sur ce qu'ils ont rencontré, des critiques constructives on va dire ? Voilà, est-ce que ça c'est c'est faisable ?</p>	<p>- Ce qu'il y a, voilà, il aurait fallu peut être peut être rencontrer les personnes justement sur le tracé, voir ce qu'ils peuvent proposer pour compléter vraiment le petit bouquin</p> <p>- et je pense qu'on leur offrirait un terrain au milieu des de la nature avec des animaux. Un petit repas local, ça serait top pour eux. Je pense qu'ils apprécieraient.</p> <p>- je pense que si on mettait en place pas dans toutes les communes bien sûr, mais suivant les kilomètres entre les dortoirs, tout simple, les dortoirs avec un coin cuisine rien que pour les randonneurs. Eh bien, je pense que ça fonctionnerait. Plutôt qu'ils aillent avec une tente, si il faut la porter il faut aussi il faut... c'est une question d'économie après pour eux aussi,</p> <p>- Mais je pense que si il y avait à des endroits des dortoirs, des gîtes, voilà dortoirs avec juste une cuisine, des sanitaires. Je pense que ça fonctionnerait</p> <p>- après je pense qu'ils ont pas besoin de confort à mettre...Juste voilà des comme les cavaliers pareil, juste de quoi dormir, de se faire une petite, un petit repas</p>		

		Thème 3 : Les retours sur le GR Les solutions/ améliorations autour de l'itinérance					
Liste des entretiens	Sous thèmes	Communiquer sur la multimodalité	Vendre des tronçons pour les jeunes	Communiquer davantage sur les bonnes pratiques en espace naturels	Favoriser les rencontres : Mettre en place du covoiturage à pied !	Référencer les services autour du GR	Transports
Entretien 2							- Il y a la question de savoir comment on peut organiser le mieux possible, la fréquentation du GR, pour essayer d'avoir des taxis qui soient pleins. Et pas avoir 2 personnes qui vont prendre un taxi à 30 40 50 60 balles pour faire quelques dizaines de kilomètres quoi. Ils ont des minibus, donc si on arrive à rentrer 9 c'est plus abordable pour tout le monde.
Entretien 7							- Et une information peut-être plus claire aussi sur comment rejoindre le départ du GR, vraiment sur les mobilités, valoriser vraiment cet accès comment est ce qu'on fait pour y aller - Donc ouais de vraiment peut-être cartographier aussi les zones de stationnement pour le départ où on peut laisser sa voiture et être tranquille d'esprit, ça ça pourrait aider peut-être.
Entretien 9		- c'est un GR, c'est pour les randonneurs. Alors on va dire que l'itinérance Gorges et Vallées du Tarn se fasse en vélo parce qu'on a pas fait ce qu'il fallait pour, on en a pas parlé, on l'a pas promu pour ça. On a fait une GR, on est content, c'est un peu cantonné, il reste à faire tout le reste. C'est à dire promouvoir le Gorges et Vallée du Tarn, le site Internet on l'a toujours pas sorti. - On l'a pas fait parce qu'elle [l'itinérance] peut se faire un canoë un peu à pied, un peu un vélo. Il y a des loueurs de canoë. Il y a des loueurs de vélo. Les loueurs de canoë peuvent transporter les vélos. Voilà, tout ça c'est à mettre en en musique quoi à l'organiser et le proposer pour que les gens sachent que c'est possible. Mais clairement il y a des morceaux du GR qui sont pas faisable en VTT. Il ne faut pas envoyer les gens dessus, faut qu'il contourne par la route, mais il faut leur proposer ces substitutions si on veut vraiment promouvoir le Gorges et Vallée en VTT, il va falloir y travailler spécifiquement				- À des points d'eau, ça, j'ai un gars qui a fait une remarque sur le groupe, là du GR, des points d'eau qu'il faut... enfin il faut les référencer, à priori ils y sont mais ils les trouvent pas forcément. Donc faut arriver à identifier les bonnes sanitaires où il y a les points d'eau en fait. - Voilà donc donc ça veut dire qu'il faut donner plus d'infos, faut être beaucoup plus, faut être meilleur sur l'information des services disponibles pour les randonneurs, dont les points d'eau, les toilettes, les hébergements, ça c'est classique mais ça ont entend toujours. - voilà, il faut améliorer ça, faut améliorer la l'information sur les services.	
Entretien 11		- Vous savez, le la randonnée équestre, ça se enfin, ça a toujours fonctionné, mais de plus en plus. Ça monte en puissance. Et c'est vrai que c'est un concept qui pourrait attirer énormément de monde. Oui, et là par contre, faire des itinéraires, des rando à cheval avec des parcours tout ça, moi			-Oui, oui, oui. Oui, ce qui est dommage aussi, c'est que il y a beaucoup de personnes qui marchent seules, qui ne rencontrent personne ils disent - Mais c'est vrai que c'est pourquoi pas essayer de faire...Enfin je pense hein... Parce que nous quand même, quand on voit des, des dames toutes seules, Bon, c'est un choix des fois mais peut-être que c'est plus sécurisant d'être à 2 ou voilà de savoir, alors est ce qu'il faut faire, des points de rendez-vous de départ à telle heure je sais pas, franchement pourquoi pas proposer aussi des gens qui voudraient se lancer mais tout seuls ils osent pas quoi ? - ça ferait des relations des relations, des relations entre... c'est pour ça que je vous disais au départ, s'il y avait plus ou moins des heures, pas des heures. Mais dire un point de rendez-vous, un site où les gens pourraient s'inscrire en disant Voilà, moi je peux, je veux faire le GR, nana, je suis toute seule. Si vous avez du monde qui part, peut-être que ce serait sympa. Même si tout au long du trajet, chacun discute, chacun va à son rythme. Mais après qu'il se retrouve le soir pour discuter tout, je pense que ça serait sympa.		
Entretien 12		-peut-être plus en parler aussi par rapport au canoë, surtout par rapport au au fait...Je vois il y a pas longtemps, il y en a qui sont arrivés en disant on n'en peut plus, et cetera. Mais je leur ai dit, mais pourquoi vous vous êtes pas arrêté, pris rendez-vous avec un loueur et vous auriez continué en canoë	- Et puis des jeunes bon, à part les grands weekends. Voilà, c'est plus compliqué pour eux je pense, pour faire des randonnées de ce style. Bon faut faire des circuits. Voilà peut-être vendre plus des petits tronçons en fait en tronçons que ça se passe sur en étape.	- je me disais que ça, ça serait bien d'avoir une pancarte un peu plus..., elle est sur la carte du des cartes touristiques du parc, mais d'avoir tous les bons gestes en un peu plus grands que tous les gîtes et campings puissent afficher dans leurs leurs locaux ou l'endroit où vont leur clientèle. Parce qu'au printemps les gens sont ont l'habitude de faire la rando, mais d'y arriver une période où ça va être des novices, des randonneurs de dimanche comme on dit et qui n'ont pas l'habitude de faire la rando, et cetera, et qui ont pas ces gestes là.			

Thème 4 : Agritourisme et GR736 produits et offres imaginées

Liste des entretiens	Sous thèmes	Une meilleure connaissance de l'offre agritouristique pour répondre aux visiteurs	Les produits locaux un lien entre la Lozère et Albi, Bivouac ou dortoirs à la ferme avec des produits de la ferme : une innovation !	Les producteurs des vitrines du territoire : Click & Collect, vente à emporter, magasins de producteurs ou vente sur place des produits y compris ceux d'autres producteurs	De la communication autour de l'offre agritouristique sur les sites internet, avec des interviews des OT à faire
Entretien 2		-[donner un accès à la chambre d'agriculture au Hit Aveyron], Moi je trouve ça intéressant. Faut qu'ils en aient le temps. Ce qui serait intéressant, c'est que du coup ces fiches soient réellement partagées. - Et ensuite apprendre à les connaître. Et oui, ils sont là sur le terrain, donc ça peut s'insérer dans des parcours découverte en voiture.	- Mais dans le contexte du GR 736, je pense que ça passera par le ventre d'abord. - Et en même temps ça donne une image du territoire, tout comme le patrimoine à sa façon, mais on visite autrement et par le goût. C'est l'agritourisme et le circuit court pour moi, c'est d'abord ça.	- Mais ça serait intéressant qu'il y ait des solutions comme ça d'achat ou des trucs, la prise en compte du randonneur en disant Bon Ben en production locale, vous avez un petit farcous ou machine tout ça ? - C'est pour ça que à un moment donné, en effet, qui est déjà des ventes à la ferme, potentiellement avec l'emporter. Bon, il y a beaucoup de contraintes sur la chaîne du froid. Je m'approprie ça aussi sur le festival des NG, là. Mais ça serait intéressant qu'il y ait des solutions comme ça d'achat ou des trucs, la prise en compte du randonneur en disant Bon Ben en production locale, vous avez un petit farcous ou machine tout ça ? Clac, 8500 Kilos calories tranquille pour les 20 km qui viennent, après vous aurez le truc. Et en même temps ça donne une image du territoire, tout comme le patrimoine à sa façon, mais on visite autrement et par le goût. C'est l'agritourisme et le circuit court pour moi, c'est d'abord ça. - Qui font que peut être 3 producteurs accueillent et vendent sur place, mais chacun a ses produits chez le voisin de manière à étendre son réseau de distribution et de manière aussi à ce que chaque point d'entrée soit vitrine du territoire. Ça, ça serait intéressant.	- La, la suite, ça va être moi de contacter les acteurs que j'ai repérés sur bienvenue à la ferme pour essayer de les valoriser sur mon site internet - le site Internet, je le souhaite sur des axes de développement. On parle d'agritourisme donc je vais avoir des pages dédiées avec des relais probablement sur l'oenotourisme l'agritourisme avec des choses comme ça. - L'idée et la façon dont on travaille, c'est que on essaie de se déplacer sur le territoire. Moi ce qui m'intéresse, c'est des portraits. Il y a quelques années de ça, je disais, je veux pas que les gens viennent pour une prestation, je veux qu'ils viennent pour une rencontre. - Donc sur l'agritourisme on garderait j'imagine la même chose, donc des interviews, des portraits à partir de là on a une base de contenu, donc des photos, des films, et à partir de là on a une base de contenu qu'on peut déployer sur le site internet mais sur tous les réseaux sociaux - Ya dans nos actions de communication ya aussi de la gestion de la presse, donc c'est des articles de presse qui peuvent être faits ou des conférences, avec souvent nos relais, c'est les correspondants locaux. [...] Donc voilà, site web, la presse, les réseaux sociaux ...
Entretien 4		-Moi moi je je, je verrai plus une espèce de paniers multi...Comme on propose, nous, à nos hébergeurs, de créer un panier d'accueil avec des produits locaux. Éventuellement qu'on puisse grignoter si on a pas d'hébergement on commande un panier. Je sais pas comment on peut le récupérer ou quoi. Pas un produit en soi mais en fait faire que en fait le panier du Réquistanais ou du GR 736		- la il pourrait y avoir peut être un panier ou un dépôt ou des produits et et là ça pourrait être une espèce de pseudo boutique où on va chercher son panier à grignoter même si on ... voilà est ce que elle ça va la desservir [la dame du camping qui a créé une offre repas pour les randonneurs] sur son offre repas nuitée.	- Bah on pourrait peut être imaginer un panneau. Bah déjà nous on a notre site à site web à refaire qui est pas du tout touristique, enfin qui est pas un outil valorisant pour le territoire. Donc ça va, ça fait partie des projets en cours. Donc là déjà un sur cette vitrine là, la future vitrine de les mettre bien en avant et et marquer vraiment ben on où... "on va en faire tout un foin" avec des éditions. Là on a mis première édition, on croise les doigts pour que l'année prochaine - Donc les mettre en valeur via le site internet, c'est sûr, peut être ici aussi les valoriser avec un panneau "nos éleveurs rencontrent" enfin j'en sais rien.... quelque chose comme ça, ça peut être des interviews. Moi j'ai très envie là de à chaque journée de faire un interview filmer ou podcasté et enfin j'en sais rien sur... à chaque éleveur, mais ça prend du temps. On est tout seul. C'est pas les idées qui manquent hein. Le problème c'est le temps. Voilà.
Entretien 7		- Alors ce serait moi dans l'idéal de pouvoir répondre facilement à qu'est ce que qu'on peut visiter, quand et qu'est ce qui est ce qu'on peut rencontrer et qu'est ce qu'on peut déguster ? Qu'est ce qu'on peut ramener comme souvenir ? Voilà, ce serait une cartographie de ça déjà très simple. - On parlait de produits mais ça rejoint ce qu'on disait entre le bivouac à la ferme, les Click and Collect ou ou ou je ne sais quel autre chose qu'on pourrait faire, mais je pense que les produits issus de l'agritourisme sont sont le lien depuis la Lozère jusqu'à Albi. - OK, on suit une rivière, on va de A à Z mais dans le dans...Je pense que qu'on soit, qu'on soit en Lozère, en Aveyron ou ou plus bas dans le Tarn, la notion de de produit comestibles, ça pourrait être un lien alors par le bivouac, par la consommation, par les petites épiceries solidaires ou ou non solidaires, par, je pense qu'il y a pas mal de choses à faire, mais je pense que ça pourrait être un bon lien storytelling. Enfin de l'âme aussi de, du parcours, quoi.	- Le Bivouac à la ferme. Le Bivouac à la ferme. - Personnellement, moi je ne crois pas au fait que un randonneur va s'arrêter pendant la journée pour aller visiter, même si ça dure que demi-heure, ou pour faire quelque chose. Je pense qu'il est dans son trip, il va d'un point A à un point B point par contre à l'arrivée, alors qu'on sait qu'on manque d'hébergement mais qu'on sait qu'il y a toujours une ferme à proximité, pouvoir voilà bivouquer ou trouver un système comme Decathlon fait maintenant où tu loues des kits, tu peux louer des kits tentes, tentes-sac de couchage, et cetera hein, certaines aires le font et ça fonctionne très bien, et proposé dans du Bivouac à la ferme et ben tu peux tu peux manger sur place les produits Ben c'est gratuit... Enfin le système de France Passion, pour pour les vans hein ce ce principe là, mais en bivouac à la ferme quoi, tu achètes les produits aux producteurs, tu discutes avec lui, - ça veut dire que si tu es à la ferme et que tu as du fromage, tu auras forcément le vin du producteur à côté, la cochonnaille de la ferme d'en bas, enfin...pour moi sur le GR c'est... et et en plus on sait qu'on manque d'hébergement quoi. - le bivouac à la ferme n'existe pas, donc en termes d'innovation, France passion, c'est du camping-car, enfin c'est du van pardon	- il pourrait bien y avoir un petit un, un gîte avec une petite tarte à la myrtille et une petite boisson bien fraîche parce que t'as jamais de boisson fraîche sur toi, tu vois rien que ça déjà tu bois une limonade locale, avec un petit gâteau avec la farine du moulin de Laborie ou je sais pas quoi, ben ça très le roi du pétrole quoi donc. Ouais moi je pense que ... ou un ou un petit dej un peu copieux, enfin quelque chose sur le aspect pratique-pratique qui peut t'alléger de prendre justement ... tu tu sais pour sûr que ce sera ouvert, tu sais pour sûr qu'on va pouvoir t'accueillir t'organises tes étapes par rapport à ça et donc tu te charges pas tes kilos de sac à dos avec de la nourriture ou des boissons en plus je pense que ça ce serait un vrai, un vrai plus. - Comme un Click and Collect, aussi je me disais tu vois, tu viens chercher, t'as envie d'un petit déjeuner, un truc un peu...aller tu te fais un petit extra un matin et tu récupères un je sais pas un truc... ça c'est plus pour les clientèles, peut être un plus... ouais, un peu moins Roots sur sur le GR. - non mais je veux dire un truc innovant, j'imagine un Click and Collect où où tu récupères un un voilà un petit déj ou une collation et et où tu redéposes ou tu redéposes après évidemment tes déchets dans un endroit spécifique qui est recollé par le service en question.	
Entretien 11					
Entretien 12				- alors pour rencontrer sur leur lieu de travail, c'est un peu compliqué je pense quand même. Après, que ce soit comme le Marché Paysan, une chose comme ça, ou un peu comme le petit magasin de Hyelzas là-bas où où il y a la vente de fromage, mais en même temps ils peuvent visiter un petit peu la fabrication - il y en a qui il peut y avoir un petit, un petit endroit comme ça où le la personne qui s'occupe de lieux tourne, que ce soit un artisan ou que ce soit un paysan ou voilà. Et qu'il y ait de la vente en même temps de tous les produits, ça pourquoi pas hein ? Et l'endroit alors ? Là par contre il faut que ce soit stratégique par rapport à plus les personnes qui arrivent d'un peu... enfin, ou les GR qui sont sur le haut, le GR sur le bas se rejoignent peut être pour que ça soit plus plus intéressant pour les personnes qui vont tenir le lieu ou ou je sais pas en fait c'est plus une histoire de faire connaitre un peu l'endroit où ils vont travailler eux et pour ensuite les faire venir sur leur lieu peut être parce que comme je dis ici, il n'y a pas, il y a pas forcément de producteurs, oui, il y a de l'artisanat, mais chacun dans leur coin et, et c'est pas forcément...Le randonneur il reste pas - Il faut que ce soit tenu par des personnes qui sont dans le métier aussi, comme un comme le marché paysan aussi. Moi je trouve que l'image est très bien.	

Thème 4 : Agritourisme et GR736 produits et offres imaginées

Liste des entretiens	Sous thèmes	Travailler en partenariat avec la chambre d'agriculture	Une valorisation du patrimoine bâti et des savoirs faire	Les 5 sens	Rejoindre les fermes à vélo, à pied en canoë
Entretien 2		<ul style="list-style-type: none"> - Il y a déjà un réseau qui me semble quand même consistant de bienvenue à la ferme appropriation du dispositif et voir qu'est ce qu'on peut faire avec ET en partenariat avec la chambre de l'agriculture, ce sera un peu l'objet. - être un relais de communication sur l'existant, rencontrer Ben déjà, rencontrer tous ces gens-là, voir aussi leur comment dire... confirmer leur volonté d'accueillir du public. Parce que certains sont bienvenus à la ferme et puis finalement c'est à la marge quoi. Ils veulent bien mais pas trop. Donc est ce que c'est pertinent de de faire la promotion de ces gens-là, surtout s'ils ont déjà un flux. Parce que je sais pas ils ont x boutiques ... - Moi je trouve ça intéressant [que la chambre d'agri ait accès au hit aveyron]. Faut qu'ils en aient le temps. Ce qui serait intéressant, c'est que du coup ces fiches soient réellement partagées. - ... les actions qui sont portées par la Chambre, moi je les apprends soit à posteriori ou 15 jours avant un événement 	<ul style="list-style-type: none"> - J'ai en tête sur le...c'est de l'agritourisme aussi mais c'est plutôt ça rentre dans un volet plutôt patrimonial et identitaire c'est que la société des caves dans les années 60-70 à expérimenter beaucoup de choses dans des fermes expérimentales, il y en a 5, dont une chez nous. Et c'est ce que j'appelle le ça fait partie du patrimoine agricole donc Ferme du Casse, c'est développer une des premières trayeuses. Ça rentre un peu dans le domaine, ça, ça permet aussi de illustrer le chemin parcouru entre j'ai un troupeau de 10 brebis, je traîs à la main et potentiellement je trie le lait des déjections à la fin en j'ai Roquefort, qui est le roi des fromages. En gros. Ça aussi ça pourrait être l'occasion peut être de développer des choses. Il y a... donc c'est une autre entrée patrimoniale avec des visites qui qui seraient autour de ce sujet-là. Et puis après cet autre sujet, mais je n'ai je je sais qu'il faut le traiter, mais je n'ai pas d'idée là-dessus, c'est l'autre patrimoine, c'est les vieux bâtiments traditionnels de pierre qui sont en place et pour lesquelles, en fait, on n'a plus de projet. Ben si y avait la ferme, toujours dans ce cadre de ferme expérimentale, y avait la les sélections de géniteurs, les méthodes pour qualifier le troupeau ont été expérimenté, ça s'est pas fait du jour au lendemain. On n'a pas dit Lacauane, ça produit du tant de lait et on va faire du beurre dessus. Pas du tout. Et la ferme de Cambouiset, avait beaucoup bossé là-dessus. Je trouve que c'est des... Alors c'est des éléments qui n'intéressent pas, qui n'intéressent pas forcément le groupe mais qui font partie aussi de l'agritourisme. Donc je résume sur les attendus : plus travailler sur les labels en place, sur les enjeux en tout cas, et la stratégie à moyen long terme, c'est de dire qu'est ce qu'on fait de ce patrimoine bâti et de l'histoire qu'il raconte ? Voilà et peut-on pas l'intégrer dans une stratégie globale de l'agritourisme qui considérerait le produit, la vie sur l'exploitation, les méthodes d'agriculture, mais aussi son histoire, voilà 	<ul style="list-style-type: none"> - Quand les parents amènent leurs enfants toucher les veaux, les agneaux, ce qui est pas forcément d'ailleurs attendu par les agriculteurs, y a cette idée de faire passer par l'émotion un peu ben cette vie, c'est ce qui voient potentiellement ce qu'ils mangent créer de l'émotion autour de ça. - un élevage bovin viande et tous les étés ils faisaient... donc ils vendaient leurs production dans la petite boutique, petite grillade et on avait les touristes, [...] et j'ai accompagné quelques visites, c'est ça, c'est c'est ce qui plaît, c'est c'est l'émotion qui est suscitée. C'est le moment de faire la visite de la ferme, mais en fait, derrière les animaux, c'est ça y est, le temps s'arrête, les gens se pose, ça rigole, ça les yeux sourivent, y a des étoiles dans les yeux des enfants, c'est magnifique. C'est ça qui nous est demandé et qui est pas forcément formulé, mais ce qu'attendent les clients - Je vais répondre de façon détournée parce que moi je vois rien, je pense que ça, ça viendra du groupe, des attentes et des restrictions de chacun. Mais en gros, on est quand même dans des logiques d'immersion. L'immersion c'est les 5 sens. Donc la découverte du territoire, c'est aussi le goût. 	
Entretien 7				<ul style="list-style-type: none"> - Mais on va rester sur la visite de de ferme, mais avec la notion encore une fois de brebis, voir, toucher, parler, parler aux paysans, discuter, échanger et et ouais, une dégustation. Ce en fait, je pense qu'il y a rien d'exceptionnel dans ce que je dis là, mais il y a rien d'exceptionnel non plus dans les demandes des clients quoi - On a testé pas mal de de concepts hein depuis...et on s'aperçoit que le le basique de je veux voir, je veux discuter et je veux-je veux déguster ce trio là, il il suffit-il suffit. - Je pense qu'il faut vraiment avoir le l'aspect sensoriel et l'aspect convivial pour qu'un produit puisse, il puisse fonctionner. Et puis un format peut-être pas trop long non plus. Et puis réfléchir aussi à une tarification qui soit inclusive, pour que ça puisse fonctionner, il faut aussi réfléchir aux distances. 	
Entretien 11				<ul style="list-style-type: none"> -Ah bah le top du top ce serait de réussir à faire des étapes tout le long du GR avec des agriculteurs, donc proposer un séjour global qui part du début à la fin. Après concrètement j'en sais rien si c'est possible ou pas parce qu'il faut déjà la quantité d'hébergement pour. Qu'ils partent de Villefort qui logent que dans des, des, des, des lieux agricoles. Après pourquoi pas rajouter la location de vélos sur le sur le trajet, imaginons qu'il y ait un trajet où il y a 50 km où c'est pas possible enfin 50 j'exagère où il y a 30 km où il y a pas de d'hébergement. Et donc de de d'amener nos vélos pour permettre de relier un point à un autre. Ce serait le top. Mais concrètement, combien est-ce qu'il y a de d'hébergement agricole sur le sur le GR - 316 avec donc du coup je sais pas moi des étapes de 20 km, donc 15 hébergements agricoles sur tout le circuit. Est-ce que c'est jouable ? Ça, c'est au parc organiser ça. Et voilà, c'est une sacrée coordination - j'ai rencontré ceux qui font les canoë et à Broquiès là-bas plus loin, donc essayer de proposer un truc, un package. Ils partent de Millau à vélo, ils viennent jusque chez nous, hop, ils dorment chez nous, puis ils refont un tronçon à pied jusqu'à Broquiès. Et puis ils enchaînent avec les canoë et ça pourrait être, ça pourrait être génial. - ce qu'elle veut, c'est quel quel projet ? Avec les autres agriculteurs qui font de l'accueil à la ferme, on pourrait-on pourrait envisager. Et déjà on les connaît pas les mecs déjà qui font de l'agritourisme, et même plus loin. Bah la ferme de Visepin ce qu'on connaît un tout petit peu mais la ferme de la Blaquière mais d'autres moi j'en connais pas d'autres ouais. - Non mais mettre en le GR...s'il pouvait mettre en lien les différents agriculteurs qui proposent du tourisme, ça, ça pourrait être bien - Et puisqu'on propose avec la la location des vélos et puis un intermédiaire de kayak, c'est c'est aussi pour varier le plaisir de la randonnée. Après le randonneur pur, il va visiblement faire que marcher, c'est une alternative quoi. 	
Entretien 12			<ul style="list-style-type: none"> - Puis ils ont leurs duvés, ils sont-ils sont capables de bivoquer, donc juste là ils ont un truc en dur, un bivouac en dur en fait, c'est que l'idée qu'avait développé Didier Ausibal au parc, l'histoire du Bivouac en dur pour retaper des vieilles jasses, faire des hébergeries, où il y a pas forcément le confort d'un hébergement d'un gîte à la semaine mais au moins tu bivouac donc t'as ton duvet, t'as ton casse-croûte, t'as t'es autonome, t'as peut être pas besoin d'électricité finalement. 		

		Thème 5 : Les craintes et les freins du randonneur			
Liste des entretiens	Sous thèmes	Peurs			
		Crainte pour le véhicule pendant l'itinérance	Du bivouac en dehors des espaces éclairés et la peur du loup	Peur des gens	Les serpents
Entretien 7		- Est dans cette notion de parking. Il y a la crainte également que le véhicule soit enlevé. Et ça je l'ai entendu sur plusieurs communes, plutôt côté vallée et gorges où où effectivement les les randonneurs quoi avaient peur que leurs véhicules... parce que c'est des petits parkings dans des villages quoi, donc la voiture elle se voit qu'elle a pas bougé, que il y a personne, donc les gens parlent dans le village c'est vite fait			
Entretien 9			- une randonneuse que j'ai vue, je sais-je l'avais pas du tout vu venir qui avait peur de bivouaquer loin des Lumières donc le bivouac toujours près des villages de la lumière publique. - En fait, elle c'est montée la tente, la moustiquaire en fait en gros hein, et elle avait, son chien, avec elle. Et en fait elle avait aussi peur pour le chien que le loup il attaque le chien [...] elle voulait être dans un endroit un peu sécurisé près du village pour elle, se rassurer et aussi par rapport à la présence du loup sur le territoire .	- Alors même si on n'a plus de bandits de grand chemin, y a des gens, ils font peur quand même, quand ils sont tout seul, ils ont peur de ça.	- Ça se voit, malgré tout plus exigeant qu'il y a 20 ans, sur ce sujet-là [l'entretien des sentiers] pour des questions, Ben de peur des serpents et autres peut-être,

		Thème 5 : Les craintes et les freins du randonneur					
Liste des entretiens	Sous thèmes	Les freins d'ordres financiers			Autres freins		
		Le Cout des hébergements	Le cout du transport	Le topoguide : le frein c'est le prix du livre !	Un pb de distance entre le GR et la Ferme et un objectif à atteindre	La saison et la chaleur	Les jeunes manquent de temps
Entretien 2		- Ça va ouvrir la place à des gens, qui ne veulent pas que cette rando leur coûte trop cher. Le GR aujourd'hui entre l'hébergement en dur et le reste, c'est plusieurs centaines d'euros. C'est pas gratuit, c'est pas l'image que se font les gens de la rando. Donc je pense c'est notamment pour les plus jeunes le mode bivouac qui va plus correspondre à leur peut être leurs envies en termes de connexion nature et se rapprocher de cette promesse	- Mais voilà, problème de problème de transport et le coût qui est mis en avant.	- Moi je pense que oui il est assez bien vendu mais en fait il y a quand même un un problème qui... il y a un frein à tout ça, c'est que c'est 16,50€ le Topoguide. Et c'est déjà un frein pour un certain public.			
Entretien 4					- Là, on a un problème, on a déjà réfléchi, mais ils sont tous loin. Parce que la vallée, c'est la vallée, quand même et l'agritourisme, il est sur le plateau - Il [l'agritourisme] est pas du tout associé au GR 736. Vraiment les gens je les vois pas, c'est trop haut en fait, ils remontent pas on a une cote comme ça pour remonter sur les plateaux de Réquista, donc vallée.		
Entretien 9				- Et puis le bouquin il faut l'acheter. La trace on l'a gratuitement. J'ai le topo du GR c'est un budget donc pour les jeunes générations en tout cas, pourquoi acheter un bouquin alors que je peux tout avoir gratuit sur le téléphone.			
Entretien 11		- ils peuvent pas partir 3 semaines en payant un hôtel tous les jours hein, ça je le conçois.					
Entretien 12				- Non, non, pas... bon les produits locaux, ils vont surtout demander enfin le restaurant un peu voilà qui va faire de la la cuisine régionale [...] Mais comme ils sont à pied après, ils ont déjà un...ils ont déjà un circuit bien défini quoi. Et c'est vrai que ça ils le demandent pas forcément ça je vais plus le je vais plus le conseiller à des clients qui restent là et qui font la randonnée et qui rentrent le soir. C'est à dire que c'est pas l'itinérance, ça va. Parce que là quand ils arrivent ici, ceux du GR, c'est que ils ont déjà le point, ils arrivent le A, le B est déjà fixé, ils ont déjà leur tracé. Et bien souvent, s'écartez du tracé n'est pas leur objectif. - Peut être peut être même pas parce que là sur le sur le Méjan il faut monter en haut, c'est c'est pas ...tous ne le font pas. Voilà ouais non c'est vraiment ça, je vais le conseiller vraiment au randonneur, vraiment qui sont là et qui dorment ici ou qui partent le matin d'ici, voilà. - Ce soit sur le tracé oui mais bon, c'est vrai que là le tracé les producteurs régionaux il y en a pas énormément quoi hein - Le randonneur il reste pas... Enfin moi j'ai pas... c'est beaucoup de l'Itinérant donc c'est à dire qu'ils vont dormir et repartir. C'est leur but c'est d'arriver au bout hein.	- l'été faire le les GR et cetera, c'est pas le le ...il fait chaud quoi	- les jeunes ils vont déjà, ils ont moins de temps, - Et puis des jeunes bon, à part les grands weekends. Voilà, c'est plus compliqué pour eux je pense, pour faire des randonnées de ce style.	

Annexe X : Tableau d'analyse entretiens agriculteurs non agritouristiques

		Thème 1 : L'exploitation agricole	
Liste des entretiens	Sous thèmes	Le fonctionnement de l'exploitation	L'activité agricole et ses productions
	Entretien 1	- je suis apicultrice en bio depuis 2019	<ul style="list-style-type: none"> - je fais de la propolis, je transforme la cire aussi - et donc du miel - Et en fait, en même temps que l'apiculture, je me suis formée à la Savonnerie, donc je fais une gamme de savons et un baume voilà cosmétique. Et après quand j'ai de la cire, je fais de la bougie. - on je je fais des pains d'épices - Tout ce qui est cosmétique, on met un petit peu de produits de la ruche et c'est ça qui m'a permis de tenir en fait les années où j'arrivais vraiment à rien au terme de production de miel.
	Entretien 6	<ul style="list-style-type: none"> - je suis installé depuis 1999, j'ai 49 ans. Présenter la ferme, Je travaille avec mon frère, du coup on est associé - [L'exploitation existe depuis quand ?] Oh pou je sais pas... ça fait 5 ou 6 générations. Ouais, peut être plus, je sais pas. - Il y en a entre tous 12 [salariés], ouais, 5 sur la ferme, 4 5 sur la ferme sa dépend si j'ai un apprenti ou pas et 5 6 sur la partie commerce. 	<ul style="list-style-type: none"> - Avant c'était plus activité viticole, il y avait quelques cochons. Et et après ca s'est transformé, l'élevage pour Roquefort et et nous, on a fait la diversification derrière. - [la diversification] C'est la transformation fromagère et la vente directe - on a développer pas mal...Diversifier les les produits de notre ferme sur les sur les marchés locaux. Du coup, on trait pour Papillon et tout le reste du lait transformé en fromage qu'on vend à Saint-Affrique, Millau, la Cavalerie et et Lodève. Et après on on vend les animaux en partie à Unicor et tout le reste s'est transformé aussi et vendu dans au même endroit. - [vous faites de la transformation sur place ?] Les fromages oui, la viande, non. On délègue cette partie là, Et après on a des cochons en plein air aussi. [...] C'est pour valoriser le le petit lait des fromages - On fait plein de trucs, on fait ouais, ouais, des fromages, on en fait 5 ou 6 différents et après on fait la charcuterie avec nos cochons élevés dehors, de la viande et cetera. Il y a tout un panel de produits, quoi.

Thème 2 : Les difficultés de l'exploitation et de l'exploitant

Liste des entretiens	Sous thèmes	Dans l'attente que l'exploitation soit reprise par les enfants pour prendre du temps pour soi	Difficultés sanitaires, un métier non pérenne : prédateurs, pesticides (moins d'exploitations en bio)	Un manque de soutien de la part de l'Etat	Un climat hivernal difficile à supporter et qui pèse sur le moral	Des difficultés commerciales	Un lieu de travail qui manque	Les difficultés du métier : ne pas avoir de congés
Entretien 1		- c'est les les difficultés qui sont liées à la santé de l'abeille et des insectes voilà, c'est... Enfin, ce n'est pas un métier d'avvenir l'apiculture. - on arrivera plus à les maintenir en vie, les abeilles elles ont plein plein de de prédateurs et de de problèmes sanitaires - Et et voilà, quand on ajoute les problèmes parasitaires comme le varrois et d'autres qui arrivent au fur en France, les problèmes de préddation comme le frelon aujourd'hui, on est au frelon asiatique, mais il y en a 2, 3 autres espèces qui arrivent en France en ce moment, les problèmes de pesticides, les problèmes donc qui qui aggravent tous les autres problèmes de parasites, de préddation et des problèmes de ressources mellifères. Pour l'instant, on arrive à peu près à maintenir nos ruches, mais la profession ne sait pas jusqu'à quand elle pourra rester une profession. - Alors en sud Aveyron. C'est pour ça aussi qu'on est venu, hein ! On est moins confronté que dans la Beauce ou dans le Poitou. C'est sûr. Parce qu'il y a de grandes superficies de de sauvages tout simplement qui sont encore sauvages. Mais où qu'on aille, il y a des exploitations qui utilisent des pesticides. Enfin les Sud Aveyron est pas 100% bio donc à partir de là et c'est en train de s'empirer puisque il y a des paysans qui étaient en bio et qui sont en train de se faire virer par roquefort, du Roquefort bio, donc ils repassent en conventionnel. Et ça, il y en a plein en ce moment. - Parce qu'ils vendent plus le roquefort bio donc ils veulent plus acheter au prix du bio le lait. Et il y a des il y a des paysans, ça fait ça faisait plus de 25 ans qu'ils étaient en bio et ils repassent en conventionnel. Et comme c'est pas des grands militants du bio [...] bah ils vont réutilisé des pesticides, c'est sûr, ils vont pas, c'est pas des gens qui vont en utiliser beaucoup. Mais a partir du moment où tu est en conventionnel la tentation est trop forte pour sauver une culture pour faciliter la vie. - On est confronté à des problèmes systémiques de santé de l'abeille, liés aussi aux pesticides [...] Le système nerveux et immunitaire des abeilles sont attaqués par les pesticides et c'est quelque chose qui est en fond. - Moins d'agriculteurs bio, forcément, plus de semences engrangées, plus plus de produits phytosanitaires de partout, hein, plus aussi de d'ensilage et de foin enrubanné [...] le foin en rubané en fait ça permet de de faire le foin un peu n'importe quand un peu sur des moments très court, de beau temps et du coup en début de saison. Et donc ils fauchent vachement plus vite. - [Le foin enrubanné, c'est vraiment interdit dans la dans l'agriculture bio ?] Dans le Roquefort bio c'est dans la charte du Roquefort bio	- Bah de pas être soutenu par l'Etat. - On est très peu subventionné comme on a de terres de comme on a pas de terre, on n'a pas de PAC ou quasiment pas. Et quand on est en bio, on est plutôt en bras de fer avec les l'Etat et autre chose parce ... bon. Bref, Voilà, on n'est pas soutenu sur le frelon, on est pas soutenu... - Nous, on serait intéressé pour avoir ...des aides financières de de maintien de l'abeille par exemple, ça existe pas ça - Enfin c'est ... y a y a une toute petite ligne sur la PAC en ce moment-là dessus qui s'appelle la MAEC Api c'est c'est c'est tout petit quoi. Enfin c'est vraiment tout petit, c'est 20€ par ruche donc c'est...quand on compare à l'ICHN pour les brebis, c'est quand même une grosse différence quoi.	- en sud Aveyron c'est un peu... les débouchés sont un peu bouchés pour le coup. - Il y a beaucoup de collègues, moi j'appelle des, des copains apiculteurs, des collègues parce que on est très solidaire et on s'entend bien qui ont, oui, qui ont déjà pris les places dans les magasins de producteurs, sur les marchés - Et en fait, il y a beaucoup d'apiculteurs par rapport à la densité de population quoi. Donc il faut aller chercher un peu plus loin.	- Mais voilà, jusqu'à présent je n'es pas de lieu de travail. Quand je veux extraire du miel ou faire des savons bah je dois tout trimballer tout mon matos chez quelqu'un qui a un labo qui me le prête. Donc voilà, déjà je n'ai pas de lieu. - là où on est en train de de construire, c'est collé à notre maison d'habitation mais vraiment collé quoi. L'accès ne sera pas forcément hyper simple.			
Entretien 6		- Bah c'est toujours pareil, c'est d'avoir plus de temps mais mais je sais pas comment. À part que mes enfants arrivent et qu'ils me disent Bon allez papa prend du temps pour toi maintenant on va s'occuper de la ferme, j'attends ça avec impatience - Je sais pas si ça va arriver et c'est tout. Je vois pas comment je peux m'en sortir de ça sinon. C'est la seule chose que j'attends. Pouvoir essayer de profiter de mes dernières années comme il faut sans avoir cette astreinte, quoi.		- Et j'ai dû plus en plus de mal à supporter l'hiver ici. Je sais pas pourquoi moi de passer 4 mois là sans voir le soleil et à ce qu'il pleuve 4 fois par semaine, j'en peux plus, j'en peux plus. Et j'ai dû plus en plus de mal à supporter l'hiver ici. Je sais pas pourquoi moi de passer 4 mois là sans voir le soleil et à ce qu'il pleuve 4 fois par semaine, j'en peux plus, j'en peux plus. Donc du coup moi moi ce que j'aimerais peut-être je c'est 2 ou 3 mois d'hiver, les plus froids, là à partir dans un coin un peu plus chaud et revenir après aux beaux jours au printemps, ça j'aimerais faire ça. Je sais pas si, j'y arriverai, mais. Bon, peut-être que j'embelli et que finalement ça me plairait pas tant que ça, je n'en sais rien mais. J'aspire à ça depuis un petit moment, je sais pas pourquoi. Ici bah il fait nuit à 16h00, 17h00 du coup tu fais ta journée de boulot, après tu rentres chez toi il fait nuit on voit pas grand monde. Pouf ouais, je trouve ça...moi, ça m'est pénible. Alors que l'été, enfin, à partir des beaux jours déjà, ben la journée dure plus longtemps, y a plein d'activités, y a les les guinguettes qui ouvrent, on peut aller boire un coup, voir des copains d'hiver, y a plus rien quoi. Et voilà et là ça me pèse			- Pour moi, le problème principal, c'est le l'astreinte tous les jours. D'être là, quoi. De pas avoir de congé, c'est ça parce que maintenant le côté financier, ça va mieux. On on vit convenablement comme à peu près. Les autres personnes qui qui bossent ailleurs mais mais par contre là c'est cette astreinte qui avait les animaux quoi. - Ouais pas pouvoir s'absenter qu'il y est la traite le matin, le soir. Qui est qu'il faut toujours être là quoi. C'est très compliqué avec mon frère lui bon lui il ne prend jamais de congé mais moi j'ai pas dois partir 2 semaines par an - Moi pour ça, pour moi, c'est ça la principale contrainte, le fait qu'on puisse pas se libérer quoi même avec les salariés, c'est compliqué parce que les salariés, ils veulent avoir leur weekend, ils font leurs 35 h, ce qui est normal. Mais du coup, ou alors il faudrait avoir une équipe qui fait la semaine, et une autre équipe qui fait le weekend. En plus avec les animaux, c'est compliqué parce que un salarié il ne va pas s'impliquer comme nous forcément donc il connaît un peu moins bien les animaux et alors laisser un salarié seul à la traite. C'est compliqué ouais, je j'ai pas trouvé de salarié...mais c'est normal qu'ils s'investissent pas comme nous, mais c'est normal. Moi je serai à leur place, je ferai pareil.	

Thème 3 : Des solutions pour réduire les difficultés				Thème 4 : Une légère activité agritouristique au sens de Agnès Durrande-Moreau			Thème 5 : Quelques visiteurs qui viennent à la ferme				
Liste des entretiens	Sous thèmes	Une aide pour soutenir la pollinisation	Une aide pour les agriculteurs qui n'utilisent pas de pesticides	Une mise en relation entre les propriétaires terriens et les apiculteurs	Une activité agritouristique non poursuivit lors de la reprise d'exploitation	Des marchés de producteurs	Un evenement	Vente à la ferme sans objectif de développement de l'activité	Quelques visiteurs passant à l'improviste	Des randonneurs	Des visiteurs prêt à dépenser pour manger ou dormir
Entretien 1		- Donc voilà, si un jour ils envisageaient de soutenir des apiculteurs pour ce qu'ils font en termes de pollinisation des champs, de maintien de la biodiversité, et cetera, ça serait pas mal.	- Une aide pour les paysans, pour que ils arrêtent d'utiliser des pesticides.	- on est sur une aire avec plein de paysages, plein de trucs qui sont vraiment diverses et chouettes d'avoir des mises en relation par exemple, sur les emplacements entre des propriétaires de forêts ou des propriétaires terriens ou autres, et les apiculteurs pour je sais pas mettre des ruches parce qu'il y a un intérêt apicole		- Donc ça fait pas partie de mon projet quoi, moi je produis j'échange avec les gens avec plaisir au marché mais j'ai pas du tout prévu de faire de l'agritourisme pour l'instant. - Je fais Millau le vendredi et Saint Afrique le samedi et le marché d'été à Saint Rome de Tarn le samedi Matin. - Il m'est arrivé sur des marchés événementiels que j'amène une ruche vitrée, j'en ai une. Ou le matin, on met un cadre dans la ruche chez bon après en termes de bien-être animal, c'est pas génial. Donc je limite assez ce genre de choses, mais parce qu'elles ne sont quand même pas très contentes d'être en plein jour toute la journée derrière une vitre quoi.	- On fait une journée portes ouvertes le 22 juin. - On va inaugurer la nouvelle fromagerie en même temps, on fait une journée portes ouvertes, ouais				
Entretien 6				- mes parents le faisaient et nous, on n'a pas. On n'a pas continué ça. Ils avaient des gîtes ruraux, ouais. - Ma mère elle est vu qu'elle n'allait pas vendre sur les marchés tout ça elle était à Bienvenue à la ferme, elle faisait des visites de ferme, tout ça. Et nous on n'a pas souhaité continuer là-dessus, hein, ouais - elle a fait ça pendant 10, 15 ans au moins et elle a arrêté en prenant sa retraite. - je la voyais faire quoi, elle faisait dégoûter à la ferme aussi, tout ça.	- Et on est dans les Halles de Millau du mercredi au samedi, tous les matins. Après, on met le camion à Millau le vendredi matin. On met le camion à Saint-Rome de tarn le mardi matin. On va à Lodève de camion le samedi matin et après moi j'ai une remorque, je fais le marché de St Aff [Saint – Affrique] avec la remorque le samedi matin		- Même pas d'accueil, Ouais. Vente à la ferme, ouais. Mais encore vente à la ferme on on le développe pas du tout quoi, on veut pas développer pour l'instant	- y en a qui viennent, bon ils nous demandent, ils nous demandent si on peut... s'ils peuvent assister à la traite ou tout ça. On leur dit que oui mais on veut pas passer du temps avec eux quoi. Ils assistent, en fait ils nous regardent travailler mais, mais pas plus que ça. - De temps en temps l'été, là à partir de maintenant jusqu'en octobre	- Bah il nous demande, est-ce qu'on peut visiter ? Je leur ai dit, oui, vous pouvez, tout est ouvert, mais y a pas de visite prévue. - Et du coup, les hébergeurs nous les envoient [...] Mais enfin, souvent, ça m'apporte peine, bah quand je rentre du marché que je suis crevé. - Et du coup je sais, j'arrive du marché, j'ai 1 h pour nettoyer mon camion, préparer mon marché de demain, rattaquer la traite. Et je sais que si j'ai un groupe qui arrive après, je vais passer demi-heure ou 1 h pour vendre 20 ou 30€ alors que j'ai passé ma matinée à faire ça.	- il y a quelques randonneurs mais c'est pas non plus énorme quoi. Je sais pas, il peut être. À partir de maintenant peut être 10, 10 personnes par semaine, ouais.	- Je sais pas qu'est ce qu'on pourrait leur proposer sur la ferme à part la visite ? Je vois pas quoi d'autre moi et après je sais oui il y en a qui seraient intéressés pour acheter des produits c'est sûr, mais peut être que du coup s'il y avait un lieu d'hébergement. Et et un repas. Je pense qu'un repas sa leur plairait à beaucoup. - moi le premier, si je vais randonner quelque part et qu'on me propose à manger, je m'arrête, c'est sûr. À mon avis sur la restauration, il y aurait quelque chose à faire. Une restauration fermière, oui, c'est sûr. - on peut faire un repas complet hein, mais là le 22 pour les journées portes ouvertes, on à faire un repas complet à 15€.

		Thème 6 : Pourquoi ne pas se diversifier en agritourisme ?					
Liste des entretiens	Sous thèmes	En fin de carrière	Une astreinte	Le temps	La contrainte de l'organisation	Des fermes qui ne sont pas adaptés	Une mise en valeur du métier par un musée
Entretien 1				- tant l'hiver on est des agriculteurs qui foutent rien. Il y a même des apiculteurs qui ont un autre métier l'hiver. Autant l'été c'est vraiment très très intense.	- il y a aussi peu d'apiculteurs qui mettent en place tout un système d'accueil a la ferme parce que les abeilles qui piquent c'est un sacré bouzin à installer il faut installer et organiser quelque chose qui fait que les gens , il faut que ce soit interactif sympa ils veulent voir les abeilles mais sans se faire piquer et ce n'est pas toujours facile		- Et comme Micropolis [espace muséographique en lien avec les insectes] fait ça quand même de façon extrêmement pro et chouette, il ont fait un gros travail là dessus, en fait je suis pas sur qu'il y a grand monde qui fasse ça en plus.
Entretien 2			-Quand les parents amènent leurs enfants toucher les veaux, les agneaux, ce qui est pas forcément d'ailleurs attendu par les agriculteurs,	- Je pense que c'est très classique et que ça sera 9 réponses sur 10 pour être là-dessus. Une question de une question de temps. Il faut du salarié, il faut des moyens humains pour faire ça, l'accueil dans une ferme.			
Entretien 5				-Ben pour eux, ils y voient souvent une perte de temps et un truc qui est pas vraiment enfin rentable, qui prend beaucoup de temps et qui finalement où du coup est pas très très rentable quoi	- Il faut installer des, des, des, des, installer des échelles pour pour ceux qui viennent éventuellement, il faut avoir des paniers. - oui, sur la la récolte au verger. Ouais, voilà, c'est compliqué de d'organiser parce que la période. Voilà, ils sont dans les cerises, petit à petit ils s'y mettent, mais tous les tous ne le font pas. - Je pense qu'il doit y avoir moins d'une dizaine même ouais, même pas à pas une dizaine. Ça m'étonnerait qu'il y en ai beaucoup plus, après c'est vrai que c'est un peu compliqué à organiser au moment des cerises -En plus de sur... enfin de surveiller, de, de s'occuper, d'encadrer le ramassage par des gens de l'extérieur...Ceux qui le font la plupart du temps ils bloquent une journée pour ça ou vraiment sur des moments particuliers où les coopératives sont fermées où bon ils peuvent pas ramasser, ils essayent de caler ça là mais souvent ça se fait par exemple le samedi parce que bon déjà c'est le weekend et qu'en plus les coopératives sont fermées les dimanches donc ils ramassent pas pour la coopérative, donc ils peuvent se permettre de passer la journée au verger		
Entretien 6		- Non, pas pour l'instant, parce que j'ai pas le temps et parce que j'ai 50 ans. Vous seriez venu il y a 10 ans. Je vous aurais dit pourquoi pas, ouais, mais là, maintenant non.	- Parce que c'est très contraignant, il faut être toujours présent et des fois passer du temps pour faire une vente à 3€ quoi. Nous on préfère aller sur des lieux de vente où on va se consacrer qu'à ça et pendant la matinée, on va vendre et le reste du temps ici on est là pour produire. - Ouais, c'est par rapport à... c'est chronophage quoi.	- moi c'est juste parce que j'ai pas le temps quoi - Mais c'est pour ça que développer de l'agritourisme, je sais que c'est contraignant en temps aussi. Et avoir... et comme j'en ai pas du temps et que mon objectif c'est d'en avoir prendre une activité supplémentaire, c'est compliqué. - Donc du coup ouais bah c'est surtout ce genre de personnage là qui m'a qui m'a déçu quoi vraiment. Tu passes 2 h avec eux, et derrière ils te disent bon mais vendez-nous un yaourt. Ah ouais super génial. Ok bon Ben tu sais que t'as perdu 2 h.			
Entretien 10				- en fait y en a plein qui aimeraient le problème, c'est que l'agritourisme eh Ben forcément, Ben, c'est quand même plus important l'été, donc quelqu'un qui voudrait faire un camping, tu peux considérer que c'est mi-temps sur juillet et août, à quel moment l'agriculteur il peut dégager un mi-temps sur juillet et août sur une personne c'est pas possible,, ça veut dire ...si.i, si, on enlève rien j'entends - Donc ça veut dire que comment tu fais, ta production principale, là où tu es très forte, très professionnel, c'est sur ton ton activité agricole donc tu fais comment ? ton saisonnier, tu le mets sur quelque chose où il va pas connaître les bêtes, où il va pas savoir traire, ou en tout cas il le fera moins bien que toi parce que toi c'est ... te le connais par cœur. Bah non, il va pas trop le mettre là et tu peux pas trop le mettre non plus sur la diversification parce que c'est ce qu'attendent les gens. Donc comment tu fais ? Bah tu fait pas.		- L'environnement de la ferme parce que malheureusement tu peux faire ce que tu veux, mais y a des fermes qui sont seront jamais visitables parce que pas adaptées, parce que pas sécurisables parce que pas rangé, parce que parce que voilà.	

Thème 6 : Pourquoi ne pas se diversifier en agritourisme ?

Liste des entretiens	Sous thèmes	Le regard porté sur l'agriculture et son image négative (Agribasching)	Les difficultés du métier à gérer en priorité, l'activité de diversification n'est pas une priorité	Un problème moins présent sur les exploitations végétales	La pénibilité de l'accueil	Un travail de nuit	Une dépendance à la météo pour le travail	Les risques
Entretien 1						- Et une transhumance, c'est de nuit voilà, faut tout organiser quoi donc c'est.... Je suis pas sûre que ce soit tout à fait possible avec du camping à la ferme ou autre quoi.	- En fait, les le métier d'apiculteur, il est un peu spécifique parce que. On a, on est vraiment très très dépendants de la météo. - C'est à dire que si on fait pas de miel on a rien en fait on a on fait pas de, on fait, on fait pas de récolte de l'année quoi. Donc quand il y a comme une saison comme maintenant il y a 5 jours de beau, il faut qu'on fasse ce qu'il y a à faire dans les ruches quoi. Et on peut pas le faire quand il pleut. - c'est que comme je vous disais, c'est que on peut s'en aller d'une minute à l'autre. Quoi donc de... aller d'une demi-journée à l'autre, on peut décider de de partir pour la demi-journée quoi - Donc l'agritourisme s'il y a des des touristes qui arrivent, on peut pas leur dire Ah bah non bah revenez à 20h30 parce que là je suis pas dispo quoi. C'est compliqué et et pour le coup, tant l'hiver on est des agriculteurs qui foulent rien. Il y a même des apiculteurs qui ont un autre métier l'hiver. Autant l'été c'est vraiment très très intense. - Donc ce n'est pas forcément évident de de faire de la l'agritourisme sur de l'apiculture, donc c'est 100% apiculture quoi	
Entretien 2		- Ben est-ce que je vais pas tomber sur me faire taguer en fait mauvais agriculteur, agriculture intensive, je fais souffrir les animaux et ceci et cela avec des choses qui peuvent arriver. Je sais pas moi une bête malade dans un dans un troupeau qui s'est blessé pour une raison X ou y ça peut être vite sujet à à polémique interprétation et souvent les plus acerbes sont ceux précisément qui n'y entendent rien, enfin qui ne sont pas du tout du domaine. Donc du coup, ils collent des... enfin, ils collent de la culture là où ils n'en ont pas. Ça, ça fait très peur aux agriculteurs. - Et après ce qui remonte aussi, on l'a vu avec avec la Chambre, c'est le regard qui peut être porté, sur l'agriculture alors qui dit animaux dit production viande, qui dit production viande dit aussi Bon Ben c'est c'est pas une ère facile je pense pour ces productions là avec des dérives très autoritaires, des visions assez binaires de dire Bon Ben si tu manges pas de viande, t'es pour les animaux, si t'en manges, t'es contre. Et donc un travail de l'agriculteur qui serait réduit à finalement à dire Bon Ben, t'éleve ces animaux pour les tuer quoi. T'es un abattoir vivant. Et donc le regard de l'autre, voilà la critique acerbe, ça c'est quelque chose qui est crainc par les les éventuelles personnes qui pourraient rentrer là-dedans. L'incompréhension du métier donc l'agriculture, c'est un univers, c'est une culture à part, c'est une culture à part entière, ce monde agricole et ouais, il y a beaucoup de peurs autour de ça voilà... puis je je sais bon mais ça c'est hors propos mais ça pose des questions sur L'amour est dans le pré. Les choses comme ça je je sais pas si ça sert l'agriculture en vrai. Je je pense que ça, ça renforce des stigmates et les gens aiment bien avoir un modèle qui peuvent transposer de partout et du coup ça crée des situations un peu improbables, donc là je sens une peur.		- Et après, il y a les autres comme donc Mathieu Debruyne, donc lui, il est dans le maraîchage, lui, il est dans l'air du temps, lui, végan, écolo, il y a une culture bio, enfin bon, il est impeccable, vélo électrique, mobilité douce non carbonée. Là, il y a des choses à faire				
Entretien 5			- C'est tellement difficile le contexte-là avec Suzuki que Bah ils ont d'autres chats à fouetter.	- nous classiquement sur la cerise le problème, c'est sur les produits phyto quoi.	- Ça demande d'avoir une aussi une facilité de contact avec le public qu'ont pas forcément tous les arboriculteurs. - Y en a pour qui c'est trop, c'est trop pénible. Ils ont pas la tête à ça, il faut qu'il y ait ouais voilà quelqu'un qui soit apte, entre guillemets, à faire de l'accueil, ça prend du temps et il faut passer la journée au verger			- Ça peut parfois être un peu délicat pour les arbres, parce que si les gens ramassent mal, ils peuvent vraiment abîmer les arbres.
Entretien 6		- Bah certains me disent c'est bien ce que tu fais, en plus nous on est transparent. Je veux dire les gens ils vont voir ce qu'on fait et ils me posent des questions. On répond franchement. Il y en a certains qui préféreraient qu'on soit en bio et qu'on et qu'on mette pas ni d'engrais ni de désherbant. Voilà, moi je leur dis la vérité hein, on n'est pas en bio, on essaye de travailler du mieux qu'on peut - Voilà donc du coup j'ai ma conscience à peu près tranquille mais il y en a certains qui bon, certains qui comprennent pas. C'est comme ça. Ouais mais après j'ai pas de solution miracle, c'est ça quoi. - Mais s'ils me disent oui oui c'est bien mais je vois bien en font deux je suis pas ... c'est pas ce qu'ils recherchent quoi. Il recherche le produit, alors ils veulent du produit absolument bio, mais que local et et pas cher.			- Ouais, mon frère ça lui plaît pas du tout. Et moi c'est juste parce que j'ai pas le temps quoi - du monde j'en vois assez, alors j'ai pas besoin de plus développer la partie la partie commerciale ici sur la ferme encore.			
Entretien 10			- je devais aller chez un agriculteur qui avait donc fait la formation ferme de découverte, donc à Saint Affrique, super motivé pour faire une visite cet été juste après la formation, il apprend que son salarié démissionne. Bah là, il a carrément mis le projet de côté parce que là c'était plus possible en fait. Et qu'est ce que c'est quoi prime à chaque fois ? Ben, l'activité normale, l'activité principale agricole donc en fait ils sont soumis quand même à des aléas. - c'est la diversification, c'est à dire qui se pose la question. Sauf que l'aspect temps est important. Ils ont d'autres choses à traiter sur la ferme, un métier agricole qui n'est pas simple où la conjoncture fait qu'à un moment... - Une année, je sais pas moi sécheresse ou je sais pas trop quoi, il faut acheter du fourrage, il faut ci, il faut là et Ben c'est la priorité donc je vais pas développer autre chose et et donc c'est pour ça que entre le fait que ça soit Ben une activité secondaire de diversification. Bah c'est long, c'est, c'est voilà					

Thème 7 : De l'agritourisme ? pourquoi pas mais...

Liste des entretiens	Sous thèmes	Si j'avais plus de temps	Faut que se soit rentable sinon je préfère prendre du temps pour moi	S'il y avait magasin ou il n'y a pas besoin de se changer	Faudrait qu'il y ai plus de monde pour que ça vaille le coup d'investir	Je pourrais le conseiller à mes enfants
Entretien 6		<p>- [si vous aviez plus de temps, c'est quelque chose que vous aimeriez faire ?] Pourquoi, parce que j'aime le contact avec les gens. Mais ce contact, je l'ai sur les marchés donc</p> <p>- après, je trouve ça normal d'accepter de faire visiter la ferme. Mais il faut qu'il y ait enfin, il faut que ça soit un petit peu rentable derrière. Parce que passer du temps pour 10€, je préfère du coup, si j'ai du temps, si j'ai du temps, le passer à bouquiner ou aller voir des copains, quoi.</p> <p>- Ou alors trouver une autre forme hein pour le faire , mais pas de la façon dont on le faisait, mais ma mère quoi. [...]</p> <p>- Je ne sais pas moi, il faudrait que ça allie passer moins de temps et que ce soit plus rentable le temps que j'y passe, pour que ça corresponde à peu près à ce que je fais sur le marché.</p> <p>- Enfin si si on arrivait à passer 2 h de temps et que je rentre l'équivalent de 02h00 de temps de marché, je veux bien le faire ça sur la ferme,</p> <p>- Ah bah là non, il faudrait qu'il y ait 100 personnes qui arrivent d'un coup quoi pour que ça vaille d'un coup parce que en 02h00 de temps sur le marché, je vais servir 100 personnes, ouais. Donc voilà, c'est c'est ça la contrainte</p>	<p>- voilà si on est habillé comme là, je le suis, rentré à la fromagerie, il faut se changer, il faut c'est compliqué. Ouais, faudrait mettre au magasin, où j'ai pas besoin de me changer pour aller vendre peut-être comme ça.</p>	<p>- Ouais, il y en a des fois qui passent et qui nous demandent où est-ce qu'on peut planter la tente tout ça, donc on leur file un champ, ils vont se planter leur tente, à mon avis il peut y avoir un créneau là-dessus, mais il faudrait qu'il y ait plus de monde que ceux qui passent actuellement quoi pour que ça vaille le coup d'investir dans des chambres ou des gites.</p> <p>- Et par contre je je pense que si on les hébergeait, il y aurait-il y aurait un truc à faire. Faire un hébergement pour les randonneurs, à mon avis n'y a rien dans le coin.</p> <p>- [à l'heure actuelle, est-ce que vous seriez prêt à dire voilà... au randonneurs voilà moi je peux vous laisser un petit coin de mon de mon terrain en échange. Bah du d'une rémunération pour que vous puissiez passer la nuit ?] Oui, c'est, c'est possible, mais il faudrait que je le fasse... enfin, je me vois mal accueillir des gens à leur demander quelque chose. Il faudrait qu'il y ait un sanitaire, une douche, enfin un point d'eau, quelque chose de quoi faire un faire un mini camping. Là je pourrais demander une rémunération, mais si je prête qu'un champ je vais rien demander du tout. Voilà donc oui. Alors pourquoi pas, il faudrait voir si quelque chose est adapté et l'investissement que ça représenterait.</p> <p>- Non, j'attends de voir ce que ça va donner là, si vraiment je je vois 100 types par jour là je dirai à mes enfants, bon, faut commencer quelque chose. bah là tant que je vois passer qu'un type par ci par là. Bon je me dis pour l'instant on n'a rien loupé, ouais</p> <p>- Ah non, c'est sûr que là, si je le vois vraiment passer du monde, je me dirais bon mais là...Quitte après à embaucher pour pouvoir faire un truc comme il faut, si mes enfants sont pas intéressés.</p> <p>- mais moi je suis prêt à faire tout ça si y a du monde qui passe. Et là c'est vrai, pour l'instant, nous on n'a rien mis en place, hein</p>	<p>- Bah moi maintenant à 50 balais non mais je peux le proposer, en parler à mes enfants s'ils décident de reprendre la ferme</p> <p>- Ouais ouais ouais, mais pourquoi pas après moi ça me....Ouais ouais si si. Si je pense que je peux rentabiliser un un lieu je je seraï prêt à le proposer à mes enfants</p> <p>- Ouais, ouais. Moi j'aurais 15 ou 20 ans de moins, je dirais OK, je tente, mais là bon maintenant. Je sais pas je j'ai plus envie de prendre du temps pour moi que de continuer à faire à fond quoi</p>	

Table des sigles et abréviations

- AB : Agriculture biologique
ADAT : Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron
AOC : Appellation d'origine contrôlée
AOP : Appellation d'origine protégée
CC : Communauté de Communes
CIMAC : Convention interrégionale du Massif central
CMA : Chambres de métiers et de l'artisanat
CNSGR : Comité National des Sentiers de Grande Randonnée
EPCI : Établissement public de coopération intercommunale
FPNRF : Fédération des Parcs naturels régionaux de France
GR : sentier de grande randonnée
GRP : sentier de grande randonnée de pays
ICHN : indemnité compensatoire de handicaps naturels
IGN : Institut national de l'information géographique et forestière
INAO : L'Institut national de l'origine et de la qualité
INMA : Institut National des Métiers d'Art
INPI : Institut national de la propriété industrielle
INPN : Inventaire national du patrimoine naturel
INSEE : Institut national de la statistique et des études économiques
LR : Label Rouge
OFB : Office français de la biodiversité
ONF : Office national des forêts
PDIPR : plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée
PN : Parc National
PNR : Parc naturel régional
PR : sentiers de promenade et de Randonnée
SAU : surface agricole utile
SIQO : Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine
STG : Spécialité traditionnelle garantie
UNESCO : Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
ZDS : Zones défavorisées simples
ZSCN : zones soumises à des contraintes naturelles importantes
ZSCS : Zones soumises à des contraintes spécifiques

Table des figures

Figure 1 : Méthodologie de la recherche mémoire d'aide à la décision : les grandes étapes	9
Figure 2 : Les 3 délimitations officielles de la montagne.....	13
Figure 3 : Carte délimitations de la montagne	14
Figure 4 : Le relief français : massifs anciens et massifs récents	16
Figure 5 : Schéma d'une vallée en auge ou en « U »	18
Figure 6 : Schéma d'une vallée en V	18
Figure 7 : Les différents types de volcans	19
Figure 8 : Composition d'un relief karstique.....	21
Figure 9 : Étagement bioclimatique en montagne	22
Figure 10 : Carte des espaces protégés (janvier 2025) et des zones de montagne en France Métropolitaine.....	31
Figure 11 : Les 11 parcs nationaux français	34
Figure 12 : Étapes de la création d'un Parc naturel régional	38
Figure 13 : Provenance des recettes de fonctionnement des PNR en 2017	41
Figure 14 : Gouvernance des Parcs naturels régionaux	42
Figure 15 : Typologie des biens de la liste du patrimoine mondial	46
Figure 16 : Mesures de protection de l'environnement en Occitanie mars 2025.....	49
Figure 17 : Résultats de l'enquête sur l'agritourisme - Exploitations viticoles base 289 exploitations	54
Figure 18 : Résultats de l'enquête sur l'agritourisme – Exploitations non viticoles ⁵⁸	54
Figure 19 : Les 4 secteurs de la diversification des exploitations dans l'agritourisme	56
Figure 20 : Logotype Gîtes de France	58
Figure 21 : Logotype Accueil Paysan.....	59
Figure 22 : Logotype Bienvenue à la Ferme	60
Figure 23 : Déclinaisons Bienvenue à la Ferme pour les vignerons	60
Figure 24 : Exploitants pratiquant l'agritourisme	61
Figure 25 : Part d'exploitations agricoles pratiquant l'agritourisme selon leurs spécialisations	63
Figure 26 : Dates clés des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)	66
Figure 27 : Logotype IGP	67
Figure 28 : Logotype AOP	67
Figure 29 : Logotype AOC	68
Figure 30 : Logotype Label Rouge	68
Figure 31 : Logotype spécialité traditionnelle garantie	69
Figure 32 : Logotype Agriculture Biologique	69
Figure 33 : Répartition des itinéraires de randonnée en France métropolitaine (2025)	74
Figure 34 : Les signes du balisage pour la randonnée selon La Charte Officielle du Balisage et de la Signalisation de la Fédération Française de Randonnée	77
Figure 35 : Les autres balisages	78
Figure 36 : Schéma illustrant le système d'acteurs dense et complexe autour de la randonnée	81
Figure 37 : Répartition par espace des séjours en France.....	82
Figure 38 : Réparation des séjours avec randonnée dans l'année	83

Figure 39 : Répartition des randonneurs par marché	84
Figure 40 : Choix des hébergements par marché pour les randonneurs sportifs	85
Figure 41 : Choix des hébergements par marché pour les randonneurs hédonistes	86
Figure 42 : Choix des hébergements par marché pour les randonneurs détente.....	87
Figure 43 : Le mode de restauration des randonneurs durant le séjour.....	87
Figure 44 : La pratique d'autres activités par marché	88
Figure 45 : Part de randonneurs en itinérance par marché en 2017	90
Figure 46 : Lieux de pratiques de la randonnée pédestre en 2014.....	90
Figure 47 : Comportements de la pratique de la randonnée pédestre en 2014	91
Figure 48 : Missions du Parc des Grands Causses figurants dans les statuts	98
Figure 49 : Carte du territoire du Parc naturel régional des Grands Causses.....	99
Figure 50 : Extrait projet de charte 1995.....	102
Figure 51 : Extrait charte 2007	102
Figure 52 : Extrait charte 2024-2039	103
Figure 53 : Logotype institutionnel du PNR des Grands Causses	103
Figure 54 : Composition et répartition des voix au sein du comité syndical.....	105
Figure 55 : Organigramme au 7 mai 2025	107
Figure 56 : Nuitées touristiques par saisons en 2024 dans le Parc naturel régional des Grands Causses	109
Figure 57 : Les 4 entités paysagères du Parc des Grands Causses.....	110
Figure 58 : Les Grands sites d'Occitanie et le Parc naturel régional des Grands Causses .	113
Figure 59 : Les Causses et les Cévennes, paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen : carte du bien Unesco et des unités paysagères	116
Figure 60 : Les Causses et les Cévennes au sein du Parc des Grands Causses	118
Figure 61 : Carte du tracé du GR®736	121
Figure 62 : Éléments remarquables traversés par le GR®736	122
Figure 63 : Terrain d'étude pour la mission agritourisme et itinérance	123
Figure 64 : Méthode Design Thinking.....	126
Figure 65 : Chronologie de la mission de stage	127
Figure 66 : Les 3 déclinaisons de la maquette « Parc Naturel Régional » jusqu'à la marque « Valeurs Parc naturel régional »	129
Figure 67 : Les 3 valeurs de la Marque Valeurs Parc naturel régional	132
Figure 68 : Capture du site Destination Parcs.....	135
Figure 69 : Taille et spécialisation des exploitations agricoles Occitanie	139
Figure 70 : Nombre de produits sous SIQO par filière Occitanie.....	140
Figure 71 : Part communale d'exploitations ayant au moins un SIQO	140
Figure 72 : Spécialisation des exploitations agricoles Aveyron	141
Figure 73 : Évolution du nombre d'exploitations agricoles en Aveyron	142
Figure 74 : Nombre d'exploitations agricoles par communes.....	143
Figure 75 : Les offres agritouristiques dans les communes du terrain d'étude	147
Figure 76 : Carte des GR reliés au GR®736	148
Figure 77 : Fréquentation mensuelle année 2024 GR®736.....	149
Figure 78 : Questionnaire clientèle GR® 736	150
Figure 79 : Méthodologie d'enquête qualitative.....	157
Figure 80 : Acteurs publics et privés impliqués dans le développement du GR	184
Figure 81 : Les 3 temps du parcours client en 8 étapes	185
Figure 82 : La diversité des organismes gestionnaires	210

Figure 83 : Les chiffres des Réserves Naturelles	211
Figure 84 : Les réserves naturelles en France et dans le Monde	212
Figure 85 : Schéma des différents zonages d'une réserve de biosphère	215
Figure 86 : Carte des réserves de biosphère en France.....	216
Figure 87 : Infographie chiffres clés sites Natura 2000	217
Figure 88 : Carte des 59 Parcs Naturels Régionaux	221
Figure 89 : Schéma des missions de l'Unesco	222
Figure 90 : Définition Unesco du patrimoine culturel et naturel	223
Figure 91 : Définition Unesco patrimoine culturel immatériel.....	224
Figure 92 : Les dix critères UNESCO pour l'inscription d'un bien sur la liste du patrimoine mondial.....	225
Figure 93 : Critères pour l'inscription sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel	226
Figure 94 : Les zones agricoles défavorisées en vigueur depuis 2019.....	228
Figure 95 : Infographie produits sous signe d'indentification de la qualité et de l'origine	229
Figure 96 : Carte des 5 systèmes de balisage en Europe.....	230
Figure 97 : Tableau synthétique des systèmes de balisage en Europe.....	231
Figure 98 : Mesure de l'effort	232
Figure 99 : Mesure de la technicité	233
Figure 100 : Mesure du risque.....	233
Figure 101 : Acteurs des sentiers de randonnée en France (non-exhaustif).....	234
Figure 102 : Données financières Parc des Grands Causses	235
Figure 103 : Répartitions des nuitées touristiques par mois en 2024.....	237
Figure 104 : Répartition des nuitées par régions d'origine en 2024	237
Figure 105 : 10 premiers départements de provenance des visiteurs en 2024	238
Figure 106 : Répartitions des nuitées par pays d'origine (Top 10)	238
Figure 107 : Le patrimoine agropastoral des Causses et Cévennes	240
Figure 108 : Parcelles arboricoles et viticoles entres Millau et Mostuéjouls	242
Figure 109 : Répartition du type de culture dans les communes le long du GR	243
Figure 110 : Répartition des cultures céréalières dans les communes le long du GR.....	243
Figure 111 : Répartitions des cultures arboricoles dans les communes le long du GR....	244

Table des tableaux

Tableau 1 : Un Parc naturel régional quelles contraintes, quels avantages ?	43
Tableau 2 : Les 12 formes d'agritourisme selon Agnès Durrande-Moreau	57
Tableau 3 : Nombre de producteurs sous SIQO en 2023 dans les 24 communes du territoire d'étude.....	144
Tableau 4 : Évolution des exploitations agritouristiques entre 2010 et 2020	145
Tableau 5 : Acteurs interrogés pour l'enquête qualitative	157
Tableau 6 : Identification des entretiens	158
Tableau 7 : Informations recherchées au cours des entretiens selon la catégorie d'acteurs ¹⁷⁹	159
Tableau 8 : Schéma de tableau d'analyse.....	161
Tableau 9 : Diagnostic interne du territoire d'étude	177
Tableau 10 : Diagnostic externe du territoire d'étude.....	178
Tableau 11 : Atelier 1 autour de l'hébergement.....	186
Tableau 12 : Atelier 2 autour de la restauration/alimentation	186
Tableau 13 : Atelier 3 autour des transports	186
Tableau 14 : Synthèse de l'ensemble des mesures de protection de l'environnement en France Métropolitaine	220

Table des matières

Remerciements.....	7
Sommaire.....	8
Introduction générale	8
PARTIE 1 : LES TERRITOIRES MONTAGNARDS UN ATOUT POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRITOURISME ET DE L'ITINÉRANCE	10
Introduction de la partie 1.....	11
Chapitre 1 : La montagne, un territoire aux richesses infinies	12
1. La montagne, présentation d'un espace naturel complexe	12
1.1 La montagne, un espace difficile à définir.....	12
1.1.1 La zone montagne	12
1.1.2 La zone massif	13
1.2 Trois délimitations pour la montagne.....	13
1.3 Massifs montagneux en France : des origines différentes	14
1.3.1 Les massifs anciens.....	15
1.3.2 Les massifs récents.....	15
1.4 La montagne, une diversité de relief.....	16
1.4.1 Les montagnes	17
1.4.2 Les plateaux.....	17
1.4.3 Les vallées	17
1.4.4 Les plaines.....	19
1.5 La montagne, une diversité de paysages.....	19
1.5.1 Les paysages volcaniques	19
1.5.2 Les paysages karstiques.....	20
2. Des atouts liés aux spécificités de la montagne.....	21
2.1 Un relief et un climat à l'origine des spécificités de la montagne	22
2.2 Une richesse naturelle.....	22
2.2.1 Une richesse floristique et faunistique.....	22
2.2.2 Un patrimoine naturel.....	24
2.3 Un patrimoine culturel	25
2.3.1 Patrimoine matériel montagnard	25
2.3.2 Patrimoine immatériel montagnard	25
3. Les activités économiques de la montagne : une pluriactivité ?.....	26
3.1 Les activités industrielles, commerciales et artisanales	26
3.2 Les activités agropastorales : l'agriculture, l'élevage et le pastoralisme	27
3.3 Les activités forestières	28
3.4 Le tourisme, une activité avec un impact environnemental non négligeable.....	28
3.4.1 La montagne : des caractéristiques naturelles qui attirent les touristes	28

3.4.2	Des répercussions environnementales, la dégradation d'un espace naturel : la montagne !	29
4.	Les mesures de protection d'un espace fragile	30
4.1	Les Parcs Nationaux.....	32
4.2	Les Parcs naturels régionaux (PNR).....	35
4.2.1	Les missions.....	35
4.2.2	Conditions et étapes de la création.....	36
4.2.3	Une charte.....	39
4.2.4	Le financement d'un Parc Naturel Régional	40
4.2.5	Gouvernance.....	41
4.2.6	Un Parc naturel régional quelles contraintes, quels avantages ?.....	43
4.3	Les biens inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco	44
4.3.1	Les biens sur la liste du patrimoine mondial	45
4.3.2	Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.....	47
4.4	La Loi Montagne	47
4.5	L'exemple des mesures de protection en Occitanie	48
	Chapitre 2 : L'agritourisme : l'alliance entre tourisme et agriculture	51
1.	L'agritourisme : éléments de définition.....	51
1.1	De l'agriculture au tourisme : l'agritourisme	51
1.2	La naissance de cette pratique	52
1.3	Une diversification agricole : motivations des agriculteurs.....	53
1.4	Motivations des touristes	55
2.	L'offre agritouristique	55
2.1	Quels sont les produits agritouristiques ?	55
2.2	Les grandes structures de développement de l'agritourisme : Gîtes de France, Accueil Paysan, Bienvenue à la Ferme.	58
2.2.1	Gîtes de France.....	58
2.2.2	Accueil Paysan	59
2.2.3	Le réseau Bienvenue à la Ferme.....	59
3.	La montagne, un territoire propice à l'agritourisme ?	61
3.1	La présence de l'agritourisme en France	61
3.2	La montagne, un territoire propice à l'agritourisme	62
3.3	Les points de vigilance de l'agritourisme.....	63
4.	Les territoires de montagne et la présence de produits alimentaires de qualité	64
4.1	L'importance des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) dans les territoires de montagne	65
4.2	L'apparition des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO).....	65
4.3	Les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)	67
4.3.1	L'indication géographique protégée (IGP)	67
4.3.2	L'Appellation d'Origine Protégée (AOP)	67

4.3.3	L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC).....	68
4.3.4	Le Label Rouge (LR)	68
4.3.5	La Spécialité Traditionnelle Garantie (STG).....	69
4.3.6	L'Agriculture Biologique (AB)	69
4.4	L'impact des Signes Officiels de Qualité et de l'Origine dans l'agritourisme de montagne ...	70
	Chapitre 3 : Itinérance et randonnée, une pratique en pleine expansion.....	72
1.	Itinérance et randonnée pédestre : quelle différence ?.....	72
1.1	L'histoire des GR et de la randonnée en France	72
1.1.1	Une influence romantique à l'origine de la marche	72
1.1.2	La naissance du véritable tourisme pédestre	73
1.1.3	Des sentiers et itinéraires mythiques	73
1.2	La randonnée pédestre une pratique multiforme.....	75
1.2.1	L'itinérance, une randonnée longue durée	75
1.2.2	La randonnée, une pratique plus courte	76
1.2.3	La promenade, une pratique de proximité	77
2.	L'encadrement de la pratique.....	77
2.1	Un balisage pour une découverte de la nature sans se perdre	77
2.2	Une cotation des itinéraires	78
2.3	Les Plans Départementaux d'Itinéraires de Promenades et de Randonnée (PDIPR) : un outil au service de la qualification de l'offre	79
2.4	Un réseau d'acteurs important et complexe	80
3.	Le marché de la randonnée pédestre.....	82
3.1	La montagne, la destination privilégiée des randonneurs	82
3.2	La randonnée une pratique saisonnière impactée par le changement climatique	83
3.3	Des profils de randonneurs selon l'intensité de la pratique	84
3.3.1	Les randonneurs sportifs, des itinérants	84
3.3.2	Les randonneurs hédonistes, un faible pour les randonnées faciles	85
3.3.3	Les randonneurs en détente, sur le littoral.....	86
3.3.4	La restauration des randonneurs.....	87
3.3.5	Quelles activités sont pratiquées par les randonneurs au cours de leur séjour ?	88
3.4	Les motivations et besoins des randonneurs	88
3.4.1	Motivations : une recherche de contact avec la nature, de ses plaisirs et de ses bienfaits !.....	88
3.4.2	Les attentes des randonneurs : une meilleure structuration de l'offre.....	89
4.	Que retenir sur les randonneurs itinérants ?	89
	Conclusion de la partie 1	93
	PARTIE 2 : PRÉSENTATION DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES ET DES MISSIONS CONFIÉES	95
	Introduction de la partie 2	96
	Chapitre 1 : Le Parc naturel régional un territoire d'exception	97

1.	Situation géographique	97
2.	Structure juridique et missions du Parc des Grands Causses	97
3.	L'histoire d'un parc qui fête ses 30 ans.....	100
3.1.1	« Les causses valent bien un parc ».....	100
3.1.2	Développer l'agritourisme une volonté inscrite dans la charte dès les débuts du Parc	101
3.1.3	Un logotype qui illustre la tradition pastorale du territoire	103
4.	Organisation et fonctionnement du Parc	104
4.1	Un parc structuré en 4 pôles	104
4.2	Les instances de gouvernance : comité syndical et bureau syndical	105
	Chapitre 2 : Présentation du terrain d'étude et des missions de stage	108
1.	Le territoire du Parc des Grands Causses	108
1.1	Une majorité de visiteurs locaux.....	108
1.2	33 unités paysagères remarquables façonnées par l'agriculture	109
1.3	Un territoire à haute valeur ajoutée patrimoniale	112
1.3.1	Trois Grands sites d'Occitanie au sein du parc.....	112
1.3.2	Les Grands sites de France	114
1.3.3	Des Petites Cités Caractère et des Plus Beaux Villages de France	114
1.3.4	Un bien UNESCO : Les Causses et Cévennes, paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen	115
2.	La partie Aveyronnaise du GR®736 : Gorges et Vallée du Tarn	118
2.1	La naissance du GR	118
2.2	Le financement du projet	119
2.2.1	Qu'est-ce que la politique de Massif ?.....	119
2.2.2	La politique de massif, le cas du Massif central.....	120
2.3	Le parcours du GR®	121
2.4	La zone d'étude : la partie aveyronnaise du GR®736	122
3.	Agritourisme et innovation le long du GR®736	124
3.1.1	Contexte de la mission	124
3.1.2	Les missions et objectifs	125
3.1.3	Enjeux liés à la mission de stage.....	128
4.	La marque Valeurs Parc naturel régional, au service de la valorisation des acteurs du territoire	128
4.1	Qu'est-ce que la marque Valeurs Parc ?	128
4.1.1	De la marque « Parc naturel régional » à la marque « Valeurs Parc naturel régional ».....	128
4.1.2	La marque « Valeur Parc naturel régional »	130
4.1.3	Les avantages de la marque pour les professionnels	132
4.1.4	L'obtention de la marque Valeurs Parc	133
4.2	Le site Destination Parcs, pour découvrir les Parcs naturels régionaux	134
4.3	Le Parc des Grands Causses et la Marque Valeurs Parc.....	135

4.3.1	Contexte et objectifs de la mission.....	136
4.3.2	Les missions.....	136
	Chapitre 3 : Les spécificités agricoles et agritouristiques du terrain d'étude.....	138
1.	Vision de l'agriculture	138
1.1	L'agriculture en Occitanie	139
1.2	L'agriculture en Aveyron une spécialisation dans l'élevage bovin et ovin	141
1.3	Le Parc des Grands Causses, une spécialisation des exploitations dans l'élevage ovin	142
1.4	L'agriculture sur le terrain d'étude	143
1.4.1	Les exploitations agricoles et leurs spécialisations.....	143
1.4.2	Les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine	144
2.	L'offre agritouristique sur la partie aveyronnaise du GR.....	145
2.1	Données de cadrage sur l'agritourisme	145
2.2	L'offre agritouristique sur le GR®736	146
3.	GR®736 fréquentation et connections	147
3.1	14 GR connectés avec le GR®736	147
3.2	L'essentiel de la fréquentation entre avril et août.....	148
3.3	Une étude des clientèles du GR®736 en cours.....	149
	Conclusion de la partie 2	152
	PARTIE 3 : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE TERRAIN ET PRÉCONISATIONS.....	153
	Introduction de la partie 3	154
	Chapitre 1 : Méthodologie d'enquête.....	155
1.	Objectifs de l'enquête terrain et choix du mode d'enquête.....	155
1.1	Les objectifs de l'enquête	155
1.2	Une enquête qualitative	155
1.3	Les risques et difficultés de l'enquête qualitative	156
2.	Préparation de l'enquête.....	156
2.1	Acteurs interrogés : une cible de professionnels.....	157
2.2	Des informations spécifiques selon la catégorie d'acteurs.....	158
2.3	Des guides d'entretien spécifiques.....	160
3.	Méthode d'analyse des entretiens	160
	Chapitre 2 : Analyse des entretiens : interprétation du tableau d'analyse transversale	163
1.	La nécessité d'un accompagnement sur le long terme des projets agritouristiques à travers notamment des actions de mise en réseau	163
1.1	Des agriculteurs qui expriment beaucoup de difficultés	163
1.1.1	Les difficultés rencontrées par les agriculteurs au début du projet agritouristique	164
1.1.2	Les difficultés liées à la continuité du projet agritouristique	165
1.1.3	Un besoin d'accompagnement et d'échange avec d'autres agriculteurs	166
1.2	Bilan de l'hypothèse	166

2. Le développement de services agritouristiques, tels que des hébergements à la ferme et des offres de restauration pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance.....	167
2.1 Les besoins des randonneurs en matière d'hébergements, de restauration et de ravitaillement	167
2.2 Les problématiques que rencontrent les randonneurs en itinérance	168
2.2.1 Une difficulté autour de l'hébergement.....	168
2.2.2 Des difficultés autour du ravitaillement	169
2.3 Des propositions de produits et services pour améliorer l'expérience des randonneurs du GR®736 par l'agritourisme.....	169
2.3.1 Des propositions très variées pour l'hébergement	169
2.3.2 Des propositions pour la restauration	170
2.4 Bilan de l'hypothèse	171
3. Renforcer ou mettre en place des stratégies de communication pour une meilleure visibilité de l'offre agritouristique le long du GR®736	171
3.1 Une offre agritouristique méconnue	171
3.1.1 L'offre Bienvenue à la ferme : pas qualifiée et méconnue.....	171
3.1.2 Une coordination encore fragile autour de l'offre agritouristique mais qui se renforce	172
3.1.3 Une offre peu valorisée sur le terrain.....	173
3.2 Une réelle dynamique de la part des acteurs pour valoriser l'offre existante.....	173
3.3 Bilan de l'hypothèse	175
Chapitre 3 : Préconisations pour un schéma de développement touristique centré sur l'amélioration de l'expérience des randonneurs du GR®736 et la valorisation de l'agritourisme	176
1. Un diagnostic favorable au développement d'une offre agritouristique pour améliorer l'expérience des randonneurs	176
2. Préconisations et exemple de fiche action.....	178
2.1 La stratégie de territoire.....	178
2.2 Un plan d'action à travailler en groupe de travail	179
2.3 Modèle de fiche action.....	182
3. Méthodologie d'un travail de concertation pour valider un plan d'action et des fiches actions	183
3.1 La constitution du groupe de travail.....	184
3.2 Objectifs et déroulé.....	184
3.3 Les différentes étapes du parcours client randonneur.....	185
Conclusion de la partie 3	188
Conclusion générale	189
Bibliographie	191
Annexes	209
Table des annexes	209
Table des sigles et abréviations	282
Table des figures	283
Table des tableaux	286
	292

Table des matières	287
Résumé	294
Abstract.....	294

Résumé

L'agritourisme, un levier d'amélioration de l'expérience itinérante

Le cas du GR®736 du Parc naturel régional des Grands Causses

La randonnée pédestre est en plein essor. Parmi les différentes formes de pratiques, l'itinérance se distingue par sa durée. Le Parc naturel régional des Grands Causses et l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron ont engagé une réflexion visant à associer l'agritourisme et l'itinérance. Ce mémoire s'inscrit dans le cadre d'un stage qui nous a amené à nous interroger sur la manière dont l'agritourisme peut être développé de manière innovante pour améliorer l'expérience des randonneurs en itinérance sur le GR®736 Gorges et Vallée du Tarn. L'enquête qualitative, menée auprès des professionnels en contact avec les randonneurs itinérants, a permis d'identifier plusieurs problématiques majeures, principalement liées à l'hébergement, à la restauration et aux transports, auxquelles ces pratiquants sont régulièrement confrontés. Ce mémoire explore les leviers que peut offrir l'agritourisme pour répondre à ces enjeux, en proposant des pistes concrètes pour améliorer l'expérience des randonneurs du GR®736.

Mots clés : agritourisme, itinérance, Parc naturel régional, GR Gorges et vallée du Tarn

Abstract

Agritourism, a lever for improving the travelling experience

The case of the GR®736 in the Grands Causses Regional Nature Park

Hiking is booming. Among the different forms of hiking, backpacking stands out for its duration. The Grands Causses Regional Nature Park and the Aveyron Departmental Agency for Attractiveness and Tourism have launched a study aimed at combining agritourism and backpacking. This thesis is part of an internship that led us to examine how agritourism can be developed in innovative ways to improve the experience of hikers on the GR®736 Gorges and Valley of the Tarn. The qualitative survey, conducted among professionals in contact with itinerant hikers, identified several major issues, mainly related to accommodation, catering and transport, which these hikers regularly face. This thesis explores the opportunities that agritourism can offer to address these issues, proposing concrete ways to improve the experience of hikers on the GR®736.

Key words : agritourism, hiking, Regional Nature Park, GR Gorges and Tarn Valley