



CAHIER DES CHARGES

Audit de la Voie d'Arles & définition de tronçons-produits ciblés sur le segment Montpellier / Toulouse

Contact :

Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie
15 Rue Rivals, CS 78543
31 685 Toulouse Cedex 6

Elsa GUÉRIN
05 61 13 55 38
elsa.guerin@crtoccitanie.fr

CONTEXTE

La Voie d'Arles, un potentiel à exploiter

La Voie d'Arles fait partie des 5 voies principales qui mènent à Saint-Jacques-de-Compostelle. Trait d'union entre les versants méditerranéen et atlantique, cet itinéraire est homologué en GR® 653 par la Fédération Française de Randonnée Pédestre depuis 1990. Aussi appelée Via Tolosana, la Voie d'Arles compte 785 kilomètres et relie les villes de Montpellier, Castres, Toulouse, Auch, Oloron-Sainte-Marie avant de rejoindre l'Espagne par le Col du Somport.

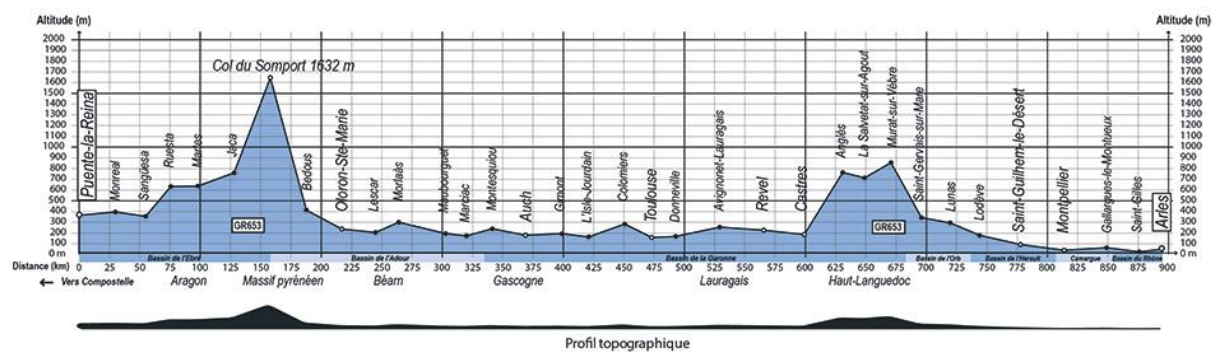
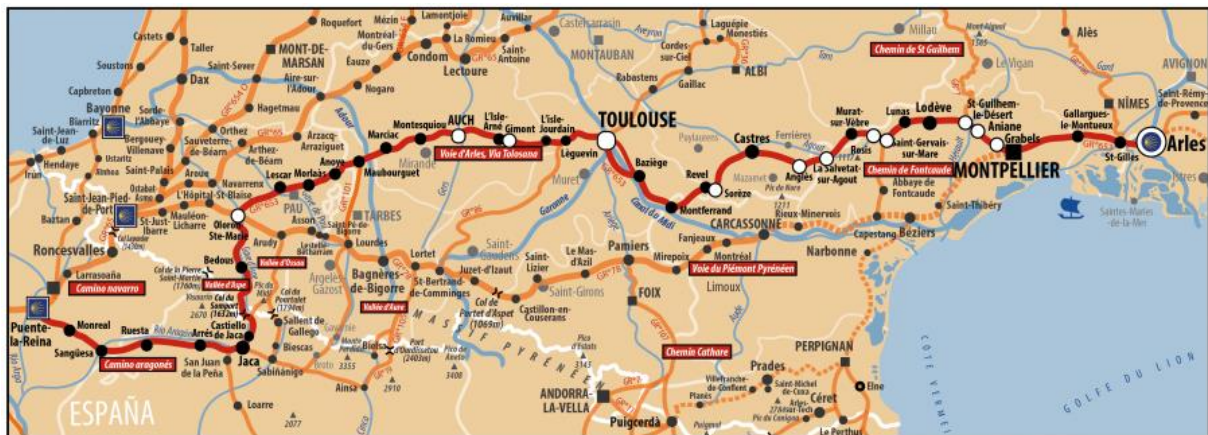
Cette voie est ponctuée de lieux forts de l'histoire, dont plusieurs monuments inscrits par l'UNESCO au titre des « Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France » : Abbaye de Saint-Gilles, Pont du Diable entre Aniane et Saint-Jean-de-Fos, Abbaye de Gellone à Saint-Guilhem-le-Désert, Basilique Saint-Sernin et Hôtel-Dieu Saint-Jacques à Toulouse, etc. Elle traverse par ailleurs le Parc naturel régional du Haut-Languedoc et une grande diversité de reliefs, paysages et climats : vignobles méditerranéens, forêts du Haut-Languedoc, collines gasconnes, piémont des Pyrénées.

La reconnaissance des Chemins de Compostelle en tant qu'« itinéraire culturel européen », et leur inscription par l'UNESCO, ont contribué à remettre cet héritage en lumière. Toutefois, et même si la Voie d'Arles est l'itinéraire vers Compostelle le plus anciennement aménagé en France, sa notoriété et sa fréquentation restent faibles : environ 1500 cheminants auraient emprunté cet itinéraire en 2019, contre 20 000 pour la Voie du Puy-en-Velay.

Ceci étant, l'attrait pour les chemins de Compostelle n'est pas à prouver : plus de 350 000 arrivées ont été enregistrées à Compostelle en 2019, soit une fréquentation multipliée par 100 par rapport à 1988. Au cours des dernières décennies, le public s'est très largement étoffé et diversifié : les pèlerins ont été rejoints par des randonneurs aux profils, nationalités et motivations multiples, consommant le Chemin sur quelques jours ou plusieurs semaines. La crise du COVID-19 (ayant entraîné un regain d'intérêt des Français pour la destination « France », la micro-aventure et les activités d'itinérance) laisse aussi présager l'apparition de nouveaux publics sur les Chemins de Compostelle.

Un plan d'actions ambitieux en 2021-2022

En février 2020, l'Agence des Chemins de Compostelle (ACIR) a initié une réflexion avec la Fédération Française de Randonnée Pédestre et son comité régional d'Occitanie, et les acteurs locaux du tourisme (Comités Régionaux et Départementaux du Tourisme, Offices de Tourisme, Parcs naturels, etc.), dans le but de structurer et valoriser la Voie d'Arles, et d'en faire un levier de développement économique pérenne pour les territoires traversés. Cette réflexion a porté sur la partie de l'itinéraire éligible dans le cadre de l'appel à projet « Soutien aux grandes itinérances du Massif Central », soit le tronçon Saint-Guilhem-le-Désert / Sorèze (216 km), avec une extension jusqu'aux villes de Montpellier et Toulouse (soit 377 km au total), pour des raisons de facilité d'accès à l'itinéraire. A terme, le comité d'itinéraire a toutefois vocation à assurer le développement et la promotion de l'intégralité de la Voie d'Arles, soit 750 km.



La première étape de cette réflexion partagée a consisté en la réalisation d'un diagnostic de l'itinéraire, synthétisé dans la matrice SWOT ci-dessous :

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Grande richesse patrimoniale sur l'ensemble de l'itinéraire : 8 monuments inscrits sur la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO, 7 Grands Sites Occitanie - Itinéraire entièrement homologué GR® et certifié « Itinéraire culturel européen » - Beauté et diversité des paysages dont certains emblématiques. Traversée du PNR 	<ul style="list-style-type: none"> - Valorisation inégale de l'itinéraire selon les territoires et faible prise de conscience du potentiel de l'itinéraire par les pouvoirs publics - Offre de services et hébergements inégale selon les étapes (en matière de type / gamme d'hébergements, de signalétique, d'accessibilité...)

<p>du Haut-Languedoc et du Grand Site de France des Gorges de l'Hérault</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre croissant de marcheurs aux profils diversifiés et motivations variées : religieuses, spirituelles, sportives, balades familiales, découverte d'un territoire et de ses patrimoines naturel et culturel... - Expérimentation du transport de bagages sur le tronçon Arles / La Salvetat-sur-Agout - Itinéraire praticable du printemps à l'automne - Dynamique de travail existante entre certains partenaires du projet sur la thématique de l'itinérance - Étude en cours sur les publics des Chemins de Compostelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de démarches de commercialisation de produits touristiques - Itinéraire de Compostelle relativement peu connu du grand public - Sites à forte fréquentation touristique (Toulouse, Montpellier, St-Guilhem-le-Désert) mais qui ne sont pas suffisamment identifiés comme des étapes du Chemin de Compostelle
<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faire connaître l'itinéraire et les territoires traversés auprès d'un public varié et ciblé, résidant notamment dans les bassins de clientèle à fort potentiel (Toulouse et Montpellier) - Faire des sites très fréquentés des « portes d'entrée » du Chemin - Disposer d'une méthode et d'outils communs pour mesurer et qualifier la fréquentation sur l'itinéraire - Développer et qualifier l'offre de services (ex : déploiement du réseau des hébergeurs des Chemins de Compostelle en France) - Renforcer la signalétique patrimoniale de notoriété et d'information - Développer les produits touristiques - Mettre en place un comité d'itinéraire durable pour une gouvernance partagée 	<p>Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faible implication et adhésion des acteurs concernés par la Voie d'Arles

Sur la base de ce diagnostic, 4 priorités stratégiques ont été établies :

- Sensibiliser les acteurs locaux à la voie d'Arles et à son potentiel touristique
- Construire et valoriser la notion de « destination » auprès des clientèles de proximité
- Développer des outils communs pour la l'aménagement et l'observation de l'itinéraire
- Mettre en place une gouvernance pérenne

Ces priorités ont été déclinées en 4 axes opérationnels et 16 actions, formant le projet « *Voie d'Arles GR®653 : un levier de développement territorial durable par la valorisation de l'offre touristique et culturelle* », déposé par l'Agence des Chemins de Compostelle auprès du GIP Massif Central en novembre 2020. Ce projet sur 2 ans (2021 et 2022) a reçu un avis technique favorable au mois de mars 2021.

L'Agence des Chemins de Compostelle est le chef de file sur ce projet, dont l'animation est partagée avec le Comité Régional de Randonnée Pédestre Occitanie. Le portage des actions

est réparti entre l'ACIR Compostelle, le CRRP Occitanie, la Fédération Française de Randonnée Pédestre, la Communauté de Communes Sidobre Vals et Plateaux et le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie.

Le présent appel à consultation concerne l'action « Audit de la Voie d'Arles sur le segment Montpellier / Toulouse – Identification de tronçons-produits ciblés », action portée par le CRTL Occitanie, en partenariat avec l'ADT de l'Hérault et le CDT du Tarn.

OBJECTIFS ET CONTENU DE LA MISSION

La mission faisant l'objet du présent cahier des charges vise à :

- Disposer d'un état des lieux clair et complet de l'expérience offerte par la Voie d'Arles aux pratiquants, de son potentiel et des pistes d'amélioration ;
- Connaître le profil des clientèles-cibles de la Voie d'Arles, leurs attentes/besoins et les leviers à activer pour les toucher ;
- Préfigurer la création d'offres de séjours, lisibles et attractives pour les clientèles-cibles, et génératrices de retombées pour les territoires.

Le prestataire retenu devra :

1. Évaluer le potentiel de la Voie d'Arles dans sa globalité et par tronçon

Grâce à un travail de reconnaissance sur le terrain, et à l'exploitation des bases de données mises à sa disposition (extraction des Systèmes d'Information Touristique de l'ADT de l'Hérault, du CDT du Tarn et/ou du CRTL Occitanie), le prestataire devra identifier précisément les atouts, les faiblesses et le potentiel de la Voie d'Arles.

Les données suivantes devront être collectées et analysées, sans que la liste soit exhaustive :

- Spécificités techniques : type de terrain, dénivelé, technicité, balisage
- Attraites paysagers, patrimoine naturel
- Patrimoine culturel, sites de visite et de loisirs
- Accessibilité en transports en commun, parkings
- Offres d'hébergements : densité/répartition sur le linéaire, type, gamme
- Offres de restauration : restaurants, cafés, épiceries...
- Offres de services : transport de bagages, guides/AMM
- Itinéraires interconnectés
- Tronçons adaptés à la pratique du VTT (*la Voie d'Arles n'est à ce jour pas conventionnée en multi-pratiques. Les tronçons-produits, objets du présent cahier des charges, porteront donc uniquement sur la pratique pédestre. Le travail de reconnaissance terrain permettra néanmoins de nourrir les réflexions du comité d'itinéraire sur les diversifications potentielles de la Voie d'Arles dans les années à venir.*)

➔ Livrables :

- Rapport d'analyse fonctionnelle de la Voie d'Arles et préconisations sur l'amélioration de l'itinéraire
- Photos illustrant l'analyse (services, balisage, environnement, points noirs, etc.), avec géolocalisation

2. Établir une typologie des clientèles actuelles et potentielles de la Voie d'Arles

En interrogeant des publics potentiels et les acteurs publics et privés gravitant autour de la Voie d'Arles (agences de voyage, OGD, réseaux d'hébergeurs, etc.), le prestataire devra identifier le profil des clientèles de la Voie d'Arles : clientèles actuelles et clientèles potentielles en tenant compte des tendances du marché.

Chaque cible de clientèle devra notamment être qualifiée selon les critères suivants :

- Caractéristiques sociodémographiques
- Types de pratiques de randonnée pédestre (intensité, durée...)
- Bassins d'émission
- Motivations, aspirations
- Habitudes d'information/réservation
- Aisance numérique
- Besoins en services

→ Livrables :

- Synthèse des différents entretiens
- Portrait-type de chaque cible de clientèle, en précisant leur poids relatif parmi les pratiquants de randonnée, et leur potentiel de développement

3. Structurer l'itinéraire en tronçons-produits attractifs pour les clientèles-cibles

En croisant les données collectées sur le terrain et les aspirations des pratiquants, le prestataire devra identifier au moins 6 tronçons-produits, attractifs pour une ou plusieurs cibles de clientèles clairement identifiées. Ces tronçons devront pouvoir servir de socle au comité d'itinéraire de la Voie d'Arles pour la création d'idées-séjours, voire la mise en marché d'offres de séjours. Selon les préconisations du prestataire, quelques améliorations / travaux pourront être réalisés sur les tronçons avant leur mise en tourisme.

Les tronçons devront être :

- Variés, afin de toucher différents types de clientèles
- Pertinents en termes d'unicité paysagère, patrimoniale, culturelle, etc., afin de permettre la constitution de séjours thématiques ou par destination
- Cohérents et complémentaires, afin de préfigurer un positionnement global de l'itinéraire
- Répartis sur l'ensemble du segment Montpellier / Toulouse de la Voie d'Arles
- De durées variables, et compter un minimum de 2 étapes et un maximum de 7
- Accessibles en transports en communs (ou, a minima, disposer de stationnements longue durée et d'un service de navette retour).

Les tronçons pourront ponctuellement emprunter d'autres itinéraires que le GR®653, afin de permettre l'accès à des gares, hébergements, points de restauration, etc.

→ Livrables :

- Proposition détaillée et argumentée de tronçons-produits ciblés

- Pour chaque tronçon-produit : préconisations pour le découpage en étapes, trace GPX (globale et par étape), descriptif synthétique et attractif pour la cible de clientèle proposée (global et par étape)

ORGANISATION DE LA MISSION

Pilotage de la mission et partenaires

La mission est portée par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie, qui animera un groupe de travail composé des partenaires suivants :

- L'Agence de Développement Touristique de l'Hérault
- Le Comité Départemental du Tourisme du Tarn

Le CRTL Occitanie et le groupe de travail accompagneront le prestataire dans la réalisation de sa mission. En fonction des besoins, le groupe de travail pourra être élargi à d'autres partenaires (ACIR Compostelle, CRRP Occitanie, CDRP, Conseils Départementaux et Régionaux, Offices de Tourisme, PNR du Haut-Languedoc, etc.).

Deux réunions, regroupant le prestataire, le CRTL Occitanie et les membres du groupe de travail, seront organisées en visioconférence :

- Au lancement de la mission (15 ou 16 juillet)
- A l'issue des phases 1 et 2 (fin septembre)

La mission sera clôturée par un temps de restitution (en visioconférence ou en présentiel) devant le comité technique de la Voie d'Arles, constitué de l'ensemble des partenaires associés au dépôt du projet « *Voie d'Arles GR®653 : un levier de développement territorial durable par la valorisation de l'offre touristique et culturelle* ».

Cette organisation est donnée à titre indicatif : le prestataire retenu pourra être force de propositions sur le calendrier de sa mission et les temps d'échange / validation à prévoir avec le groupe de travail.

Les livrables devront être transmis au groupe de travail a minima 10 jours avant les dates de réunion et de restitution.

Durée

La mission se déroulera entre mi-juillet et mi-novembre. La restitution finale devant le comité technique est envisagée la 1^{ère} quinzaine de novembre.

A l'issue de chaque phase de la mission, un temps de validation important (2 à 3 semaines) est à prévoir dans la méthodologie de travail et le calendrier prévisionnel.

Budget

L'enveloppe maximale pouvant être allouée à cette mission est de 18 210 € TTC.

MODALITÉS DE LA CONSULTATION

Calendrier prévisionnel

- Offres à adresser par email à elsa.guerin@crtoccitanie.fr au plus tard le 02/07/2021
- Attribution de la mission la semaine du 05/07/2021
- Réunion de lancement le 15 ou le 16/07/2021

Documents à remettre par le candidat

- Une note méthodologique détaillée
- Une proposition de calendrier prévisionnel
- Un devis (en distinguant le budget alloué à chaque phase de la mission)
- Une présentation de la structure et de ses références dans des domaines similaires (réalisation d'audits et études marketing de grandes itinérances)

Critères de sélection

- Expertise du candidat : 40%
- Adaptation au projet, pertinence des propositions : 40%
- Montant de la prestation : 20%

Après une phase de présélection sur dossier, le CRTL Occitanie et ses partenaires se réservent le droit d'organiser des entretiens en visioconférence, ou de s'entretenir avec les candidats par téléphone.



*Cette mission est cofinancée par l'Union Européenne.
L'Europe s'engagement dans le Massif Central avec le
Fonds Européen de Développement Régional.*