

Sommaire

SOMMAIRE	1
CONTEXTE GENERAL	3
I. Le département de l'Aveyron	4
II. Le Pays Ruthénois	5
A. Le territoire de l'étude.....	5
B. Entités paysagères du Pays Ruthénois	6
III. Le contexte de l'étude	8
IV. Les objectifs de l'étude	8
PREMIERE PARTIE : L'OFFRE TOURISTIQUE	9
I. Le réceptif	10
A. Les hébergements.....	10
B. Restauration et gastronomie	19
C. Signalisation touristique	20
D. Accessibilité	21
E. Les services	22
F. Tourisme de groupes, tourisme d'affaires et tourisme associatif.....	23
G. Produits et forfaits proposés	23
II. Le récréatif	27
A. Le patrimoine culturel	27
B. Le patrimoine naturel.....	33
C. Les activités physiques de pleine nature (APPN)	35
D. Les principaux événements sportifs et de loisirs.....	42
E. Les principaux événements culturels	42
DEUXIEME PARTIE : LE MARCHÉ TOURISTIQUE	48
I. La clientèle touristique de l'Aveyron	49
A. Les bassins de clientèle	49
B. Les pratiques de séjours	49
C. Les principaux points forts du département	49
D. La dépense moyenne.....	49
E. Les hébergements utilisés.....	50

II. La clientèle du Pays Ruthénois – ses spécificités.....	50
A. Type de clientèle	50
B. Origine géographique de la clientèle	51
C. Les séjours.....	51
D. Les Activités pratiquées	51
E. Les hébergements utilisés.....	52
F. La dépense moyenne	52
G. Les publics en fonction de leurs motivations.....	52
III. La diffusion des clientèles ente les pays limitrophes	55
TROISIEME PARTIE : L'ORGANISATION TOURISTIQUE	57
I. Les intercommunalités.....	58
II. Les structures touristiques du Pays Ruthénois	59
A. Positionnement géographique.....	59
B. Présentation des offices de tourisme du Pays Ruthénois	60
III. L'appartenance à différents réseaux.....	63
A. Les réseaux touristiques	63
B. Les autres réseaux existants.....	64
QUATRIEME PARTIE : PISTES DE REFLEXION SUR LA STRATEGIE TOURISTIQUE	66
I. Les schémas de développement touristiques existants	68
A. Le schéma départemental de développement touristique	68
B. Le schéma régional de développement touristique	68
II. Le rôle du Pays Ruthénois	68
III. Les enjeux associés.....	69
IV. Les axes stratégiques.....	69
CONCLUSION	74
ANNEXES (documents à part)	