

## DESTINATION PILAT

### Stratégie touristique à l'horizon 2027

### UNE AUTRE VISION DU TOURISME, UNE PROMESSE D'ÉVASION RÉINVENTÉE

Le Pilat, ce sont d'abord ces paysages que l'on rencontre, faits de sommets aux crêtes emblématiques, de hauts-plateaux pâturés ou couverts de forêts, de prairies et vergers, de coteaux aux cépages renommés. On y découvre ensuite cette gastronomie, liée aux productions agricoles, magnifiées dans une cuisine authentique, où le vin, les pommes, fromages, myrtilles, charcuteries, rythment les saisons pour le plaisir des papilles. On se laisse entraîner par cette vie locale, associative et festive, où il fait bon vivre...

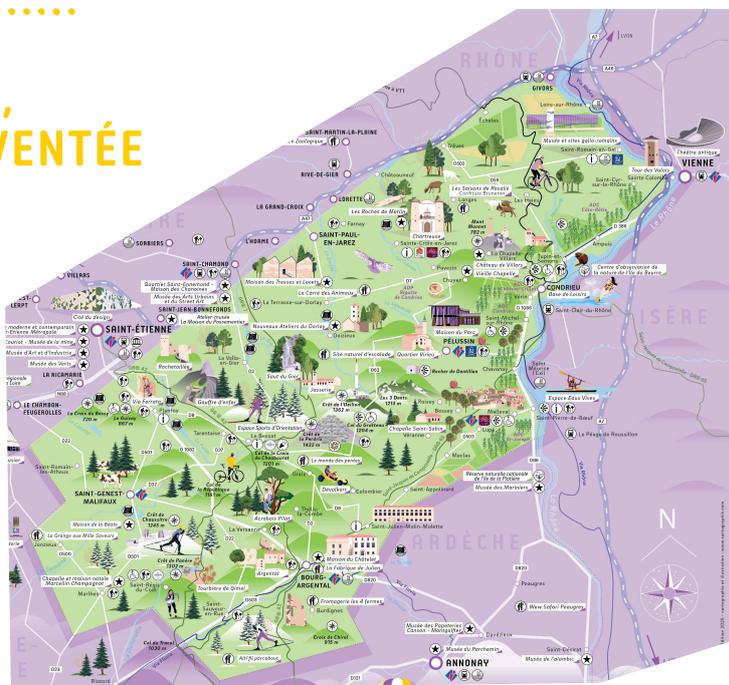
Un charme auquel les habitants sont attachés.

Des lieux, des repères, devenus des « incontournables », qui ont construit un imaginaire de carte postale séduisante, pour ceux qui y ont grandi, comme pour ceux de passage.

#### A proximité de Lyon, Saint-Étienne, Vienne ou Annonay, le cadre naturel du Pilat attire les visiteurs de proximité.

Des populations citadines, aux envies légitimes de nature et de bien-être, des familles, à la découverte des grands espaces ou en quête de moments de vie simples, accessibles et gratuits viennent profiter des nombreux attraits du territoire.

Pour ces familles, cette connexion aux espaces naturels du Parc est une opportunité d'enrichissement. Découvrir, c'est aussi un premier pas vers la connaissance et la compréhension. Faire visiter le Pilat aux plus jeunes est l'occasion de transmettre et partager des savoirs, des traditions mais aussi de sensibiliser au respect des sites naturels à préserver.



#### La Destination Pilat fait face à ses enjeux et ses paradoxes, autant de défis pour l'avenir.

Améliorer vos pratiques, faire connaître vos actions et pourquoi pas faire des économies ?

Concilier les désirs de chacun suppose de trouver un équilibre, juste et subtil. La réalité y est souvent plus complexe. Parfois très fréquentée, parfois en difficulté, les situations sont variables, selon les périodes de l'année et les secteurs du territoire.

Un changement de cap s'opère pour que la vitrine touristique soit au service, et non aux dépens du territoire. C'est une destination en devenir, qui doit réussir sa transition vers un tourisme responsable, adapté, efficient.

# UNE DESTINATION POUR DES SÉJOURS DURABLES EXEMPLAIRES

La stratégie touristique du Pilat permet de fixer un cap vers une nouvelle vision du tourisme.

Diversifier les offres de loisirs et d'activités touristiques pour une fréquentation « 4 saisons »,

Faire émerger de nouveaux spots attractifs pour une meilleure répartition du flux des visiteurs sur l'ensemble du territoire, faciliter la création de synergies entre prestataires pour dynamiser l'économie locale, font partie des priorités.

La destination, longtemps marquée par la pratique des sports de pleine nature et une fréquentation majoritairement, à la demi-journée ou la journée, voit la durée moyenne de séjours augmenter.

En 2024, la durée moyenne de séjour a été de 1,8 nuit. L'objectif stratégique du territoire consiste à augmenter la part des touristes séjournant à 2 ou 3 nuits.

## PROMOUVOIR LE PILAT COMME UNE DESTINATION SÉJOUR

Renforcer la notoriété du Pilat, multiplier l'offre de séjours en capitalisant sur des éléments à forte visibilité, diversifier les partenaires commerciaux, inscrire l'offre Pilat dans celle des destinations voisines.

### Exemple d'actions engagées\*

- Renouvellement de l'image de la Destination avec la signature « Le Massif du Pilat, Plein la vue » ;
- Promotion de séjours « Parc » sur le site internet national « Destination Parcs » ;
- Commercialisation de séjours « Parcs » auprès de comités d'entreprise et de distributeurs (Michelin, Décathlon) ;
- Consolidation des partenariats avec les offices de tourisme de Saint-Étienne, Vienne et Annonay ;
- Programmation d'activités « Bougez dans le Pilat ».

## DÉVELOPPER L'OFFRE LOCALE

Renforcer la dynamique entre professionnels de la destination, accompagner l'adaptation de l'offre aux évolutions de la clientèle, faciliter l'émergence de nouvelles offres publiques ou privées.

### Exemples d'actions engagées\*

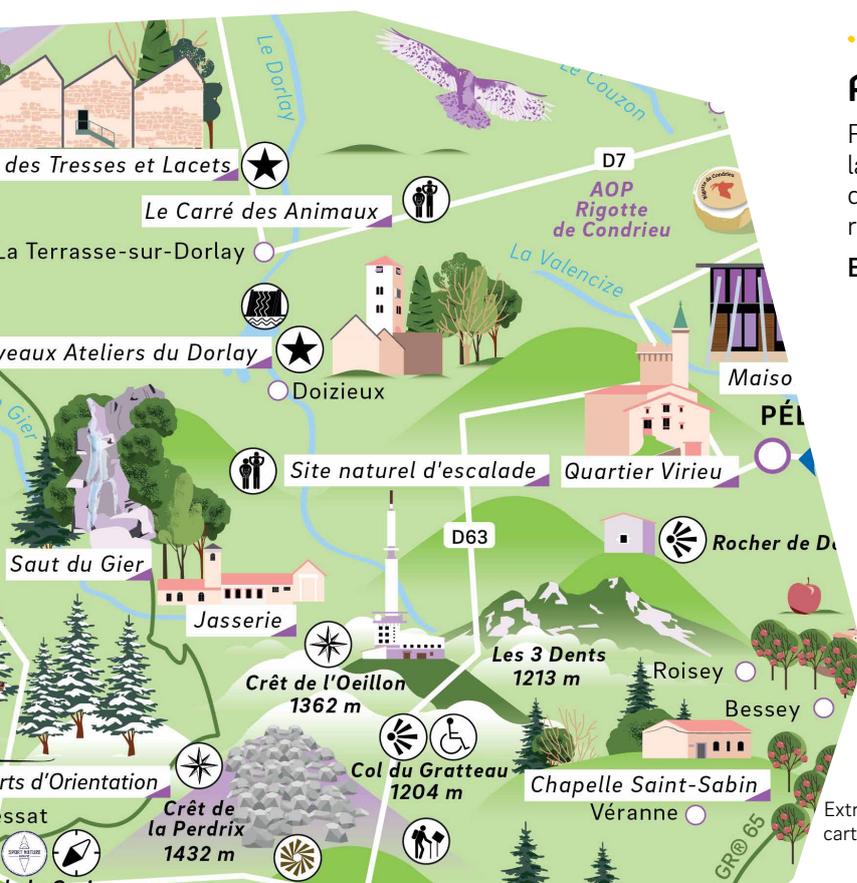
- Participation au Collectif Loire Ingénierie ;
- Accompagnement de porteurs de projets et Conseil. Plus de 40 rendez-vous par an pour la recherche de financements en lien avec les collectivités partenaires ;
- Valorisation des labels : 23 « Accueil Vélo », 81 « Vignobles & Découvertes », 6 « Tourisme & Handicap » ;
- Tableau de bord détaillé de l'activité touristique de la destination et intégration de nouveaux indicateurs éco-responsables.

## AMÉLIORER LE PARCOURS CLIENT

Faciliter la réservation en ligne pour développer la vente de séjours et ainsi offrir une meilleure visibilité des activités touristiques en temps réel, optimiser les retombées économiques des clientèles excursionnistes.

### Exemples d'actions engagées\*

- Création d'une nouvelle carte touristique du Parc du Pilat ;
- Accueil sur sites à forte fréquentation et sur les événements phares avec la présence « Hors les murs » ;
- Déploiement de la réservation en ligne auprès des prestataires (hébergeurs, activités, boutiques...).



Extrait de la nouvelle  
carte touristique 2025

## PRÉSERVER L'ÉQUILIBRE TOURISME ET POPULATION LOCALE

Limiter les conflits d'usage sur les sites à forte fréquentation touristique. Cet axe vise à renforcer le rôle d'ambassadeur des habitants dans le domaine du tourisme et des loisirs, à faire de ces activités des occasions de découverte et de compréhension des patrimoines locaux.

### Exemples d'actions engagées\*

- Maraudes des écogardes du Parc du Pilat ;
- Participation aux événements « Rendez-vous de mon Parc », rencontres et tenues de stands ;
- Actions de sensibilisation : campagne « Quand on arrive en Parc », campagne digitale sur les écogestes sur Partir-Ici, intégration des « bons réflexes » sur les outils de communication et code de bonne conduite sur les topoguides et les cartoguides de randonnées ;
- Communication sur les données de l'Observatoire de la destination touristique.

## FACILITER L'ÉCO-ACCÈS AU TERRITOIRE ET FAVORISER LES MOBILITÉS DOUCES

Développer les liaisons douces, les offres touristiques associées et expérimenter des solutions pour des séjours sans voiture, des déplacements avec des solutions – autopartage, covoiturage, transport en commun.

Capitaliser sur les grands itinéraires de randonnée (pédestre, cyclo, VTT, ..) pour inviter à traverser le territoire.

### Exemples d'actions engagées\*

- Balisage des sentiers, entretien et valorisation des randonnées sur Pilat-rando.fr ;
- Mise en tourisme de l'itinérance : développement autour du Chemin de Saint-Jacques de Compostelle / GR®65, du GR®7 et du GR®42 ;
- Séjours et activités « sans voiture » mis en avant ;
- État des lieux sur les offres accessibles en transports en commun et valorisation dans le Guide Michelin « Auvergne-Rhône-Alpes en train » ;
- Mise en relation des services de mobilités pour les déplacements touristiques comme l'autopartage ou la carte des mobilités.

**\* Chacun à un rôle à jouer !**

**La stratégie touristique est partagée par différents acteurs partenaires qui œuvrent ensemble à la mise en œuvre du plan d'actions sur un territoire commun.**



## MIEUX RÉPARTIR LES FLUX TOURISTIQUES POUR PRÉSERVER LES SITES NATURELS REMARQUABLES

Limiter l'impact écologique de la fréquentation des sites emblématiques et maintenir la satisfaction des visiteurs sur l'expérience vécue au sein du Massif du Pilat. Faire connaître les sites moins réputés, faire des loisirs et du tourisme, des occasions de découverte, de compréhension des espaces naturels, sont pour le territoire des moyens de préserver les sites remarquables.

### Exemples d'actions engagées\*

- Installation de nouveaux éco-compteurs, utilisation d'outils comme Outdoorvision, Suricate et FluxVision, pour améliorer l'observation de la fréquentation ;
- Renouvellement des panneaux d'information, signalétique directionnelle et panneaux d'interprétation ;
- Valorisation de nouveaux sites : le belvédère de Tupin-et-Semons.

## ENGAGER CONCRÈTEMENT LES ACTEURS LOCAUX DANS LA TRANSITION

Développer des outils d'accompagnement à la transition et engager les acteurs du tourisme dans des démarches à la fois lisibles pour les clients et cohérentes avec les objectifs ambitieux de transition portés dans le projet de territoire.

### Exemples d'actions engagées\*

- Ateliers tourisme durable à destination des professionnels du tourisme sur l'hébergement, la consommation énergétique, l'événementiel écoresponsable, l'adaptation au changement climatique ;
- Renforcement de la transition énergétique et climatique du tourisme en lien avec la réalisation d'un schéma directeur énergétique renouvelable ;
- Valorisation des filières agricoles par un soutien en ingénierie à la Fête de la Pomme.

# UN SECTEUR ÉCONOMIQUE AU SERVICE DE L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Hébergement, restauration, producteurs, prestataires d'activités, artisans ou commerçants... le secteur génère plus de 600 emplois salariés, des compléments de revenus par diversification d'activités ou encore des débouchés supplémentaires pour de nombreuses entreprises. Le tourisme profite aussi aux habitants par le maintien et le développement de services et de loisirs qui profitent à tous.

En 2024, on recense :

- 303 structures d'hébergement marchand pour environ 5 390 lits marchands. Densité touristique du Pilat : 24,4 lits/km<sup>2</sup> (Densité touristique de la Loire : 19,4 lits/km<sup>2</sup> en 2023) ;
- 130 restaurants pour environ 1 000 couverts ;
- 350 producteurs vendent en circuits courts.

Cette activité génère 31,5 Millions € de retombées économiques sur le territoire (calculé à partir des sources et coefficients du METT (Module d'Évaluation du poids Touristique des Territoires AURA, URSSAF).

## FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES MAJEURS EN 2024

### Itinérances

- Passages au Crêt de la Perdrix - 101 444 (+ 60% / 2023)
- Passages sur ViaRhôna - 167 798 (+ 10% / 2023)
- Passages sur ViaFluvia - 20 943
- Pilat-rando.fr - 121 620 visiteurs

### Sites de loisirs, activités de pleine nature

- Base nautique Wam park - Condrieu - 55 000 visiteurs
- Espace eaux-vives - Saint Pierre de Boeuf - 40 597 visiteurs
- Les Acrobois - La Versanne - 20 491 visiteurs
- Piscine - Bourg-Argental - 18 692 visiteurs
- Devalkart / Monde des pentes - Graix - 9 700 visiteurs
- Via Ferrata - Planfoy - 4 756 visiteurs

### Sites culturels et patrimoniaux

- Site et musée gallo-romain Saint-Romain-en-Gal - 72 379 visiteurs
- Site de la Chartreuse Sainte-Croix-en-Jarez - 58 238 visiteurs
- Maison des Tresses et Lacets La Terrasse-sur-Dorlay - 4 600 visiteurs
- Maison du Parc du Pilat - Pélussin - 2 205 visiteurs

### Événement

- Fête de la pomme - 15 000 visiteurs
- Les Roches celtiques - 4 900 visiteurs
- Les Bravos de la Nuit - 4 795 visiteurs
- Lestranger Festival - 3 900 visiteurs
- Jazz au sommet - 2 812 visiteurs
- Vins et rigotte en fête - 2 500 visiteurs
- Jazz au village - 1 757 visiteurs
- Pilatrail - 1 706 visiteurs

## LA STRATÉGIE TOURISTIQUE DU PILAT, UNE MÉTHODE COLLECTIVE ET PARTAGÉE

La stratégie de destination touristique 2022-2027 est composée de 7 axes prioritaires, déclinés en 24 objectifs opérationnels. Son plan d'action a bénéficié des financements du programme Avenir Montagnes Ingénierie lors de sa création, puis en tant que Pôle de pleine nature Massif Central.

Construite collectivement, à partir d'une concertation regroupant plus de 150 personnes (prestataires touristiques, élus, techniciens de collectivités, partenaires institutionnels), son pilotage est assuré par une mission tourisme dédiée au sein du Parc du Pilat en lien avec l'Office de tourisme du Pilat en charge de la promotion de la Destination.

Cette dernière a pour rôle d'animer la mise en œuvre des actions en coopération avec un ensemble de partenaires, dont les 4 intercommunalités du Pilat (Saint-Etienne-Métropole, Communauté de communes des Monts du Pilat et du Pilat Rhodanien, Communauté d'agglomération de Vienne-Condrieu), l'Office de tourisme du Pilat, Vienne Condrieu Tourisme, Saint-Étienne Tourisme, Loire Tourisme, Rhône Tourisme, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, la Région Auvergne-Rhône-Alpes mais également d'autres structures comme la CCI, Gîte de France, des associations à vocation sportives, culturelles ou environnementales...



Pour plus de chiffres clés, voir le tableau de bord de la destination édité par l'Office de Tourisme du Pilat



### Contact au Parc naturel régional du Pilat

Camille LHERNOULD - Chargée de mission Tourisme Durable  
04 74 87 52 01 - clhernould@parc-naturel-pilat.fr



Parc naturel régional du Pilat  
2 rue Benay 42410 Pélussin  
04 74 87 52 01

info@parc-naturel-pilat.fr  
www.facebook.com/Parcdupilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.

Avec le soutien financier de



www.parc-naturel-pilat.fr