

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

Bilan synthétique d'activités 2023

www.agencedespyrenees.com

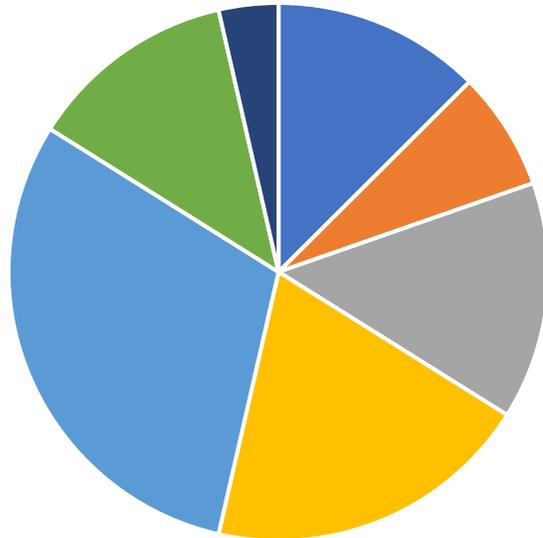


Développer – une activité en croissance sur l'ingénierie de projets

Zoom sur les filières

- 56 projets accompagnés par la formation-développement en 2023 (contre 48 en 2022)

Projets accompagnés en 2023



■ Ariège ■ Aude ■ Haute-Garonne ■ Pyrénées-Atlantiques
■ Hautes-Pyrénées ■ Pyrénées-Orientales ■ Autres

+ un travail de valorisation des dynamiques entrepreneuriales pyrénéennes :

- *Marque Pyrénées*
- *Trophées Pyrénéo*
- *Partenariat avec BacktoEarth*
- *Partenariat avec Inco*

Vélo :

- Poursuite du travail de mise en tourisme des Pyrénées à vélo
- Démarrage d'un accompagnement collectif des artisans du cycle pyrénéen

Thermalisme

Démarrage d'un accompagnement collectif des acteurs du thermalisme pyrénéen

Laine

Organisation d'une 4^{ème} rencontre des acteurs de la filière et accompagnement de projets entrepreneuriaux (Marelha, Laines paysannes, etc.)

+ poursuite de l'appui à la résorption des zones blanches de téléphonie mobile et d'anticipation du décommissionnement 2G / 3G et réseau cuivre

Promouvoir – Un engagement qui monte en puissance et se renouvelle dans ses formes pour la valorisation du massif

- Une activité très soutenue en appui au lancement de la saison d'hiver : conférence de presse à Paris et à Madrid (forte participation des journalistes et forte mobilisation des partenaires de tout le massif), présence en force sur « la Montagne ça vous gagne, le Before » pour le lancement de la saison d'hiver, reconduction du partenariat avec Avoris – le Ski dans le cadre du contrat de destination, partenariat média avec le Figaro Week-end sous un angle renouvelé (parler du ski et de la montagne l'hiver via des portraits d'acteurs pyrénéens qui incarnent la pluriactivité / la diversité du modèle de développement pyrénéen), partenariat avec « I love ski », etc.
- Un lancement réussi pour la Marque Pyrénées le 13 octobre à Pyreneo avec une première communauté d'une centaine de valeureux influenceurs pyrénéens, une dynamique à consolider (cf. voir plus loin)



Fédérer – Une édition dense et qualitative pour Pyreneo 2023

- 600 participants sur les trois jours
- 11 visites d'entreprises
- 1 plénière
- 6 ateliers participatifs
- Une projection-débat
- Des ateliers collaboratifs autour du défi « Pyrénées zéro émissions »
- Lancement de la marque Pyrénées
- Remise des trophées Pyreneo (4 lauréats et 3 coups de cœur)



Préserver – Après le Life « Pyrénées 4 climate », un nouveau projet européen remporté par l'Agence et ses partenaires

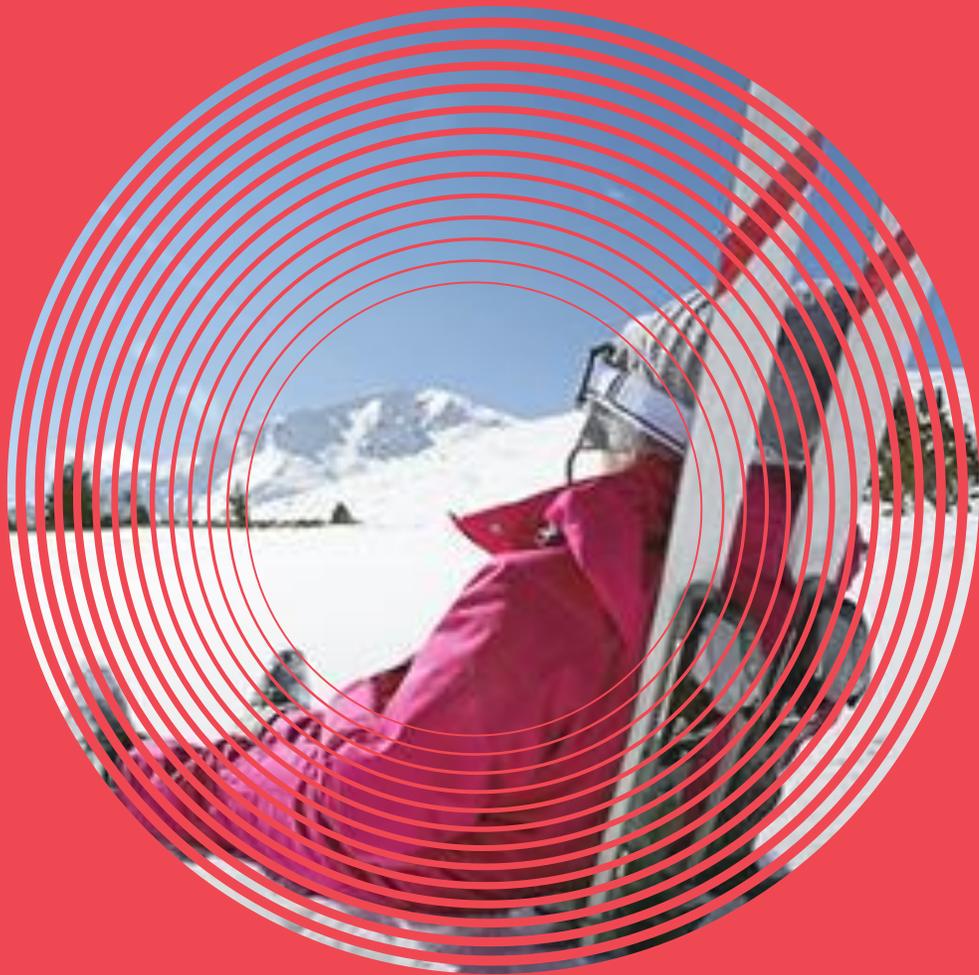
PITON est l'acronyme utilisé pour : « **P**yrénées **I**nnovation **T**ransition **h**olistique de la mo**N**tagne ».

Le projet Poctefa PITON propose donc d'expérimenter sur la période 2024-2026 des modèles de transition des territoires connectés à leurs stations de montagne **en mobilisant les leviers de l'innovation sociale et technologique**.

- ⇒ **Innovation sociale** pour penser la transition à une échelle territoriale large autour de la station et intégrer dans cette démarche l'ensemble des acteurs du territoire et non les seuls exploitants des domaines skiables ou le seul domaine du tourisme.
- ⇒ **Innovation technologique** par des outils numériques de collecte et analyse de données visant à mieux appréhender la relation des stations à leur territoire (impacts sur les ressources naturelles et retombées socio-économiques), sur la base d'indicateurs nouveaux.

Il s'agira, sur différents **territoires pilotes**, d'expérimenter et de déployer des outils, modèles et dispositifs d'ingénierie conçus en réponse aux enjeux identifiés.

Le projet PITON s'appuie sur un partenariat transfrontalier solide (andorran, espagnol et français) qui permet ainsi la complémentarité et la diversité des approches avec la vocation d'accélérer le changement de regard attendu sur le développement des territoires de montagne.



Zoom sur différents sujets thématiques

L'Agence des Pyrénées et les stations de montagne : bilan et perspectives

Rapides constats

- Continuité des missions de promo-com et d'observation et élargissement
 - Mobilisation du levier ingénierie de projet
 - Intégration des projets / problématiques des stations dans des projets européens et transfrontaliers
- ⇒ En somme, une action en soutien à la visibilité / notoriété / différenciation des stations et d'appui sur les défis d'avenir

Questions soumises au débat

- Quels défis prioritaires pour les stations et leur écosystème?
- Comment l'Agence des Pyrénées peut être toujours plus présente à leurs côtés en tenant compte des défis et des acteurs déjà mobilisés?



L'AGENCE DES PYRÉNÉES

Mesdames et Messieurs Les Maires des stations de montagne
Mesdames et Messieurs Les Directeurs-trices de stations de montagne

Saint Gaudens, le 15 novembre 2023

Mesdames et Messieurs Les Maires des stations de montagne
Mesdames et Messieurs Les Directeurs-trices de stations de montagne
Chers collègues et amis,

Dans cette dernière ligne droite de préparation de la saison d'hiver et de ski 2023-24, nous souhaitons partager avec vous de manière très synthétique quelques informations importantes sur l'engagement de l'Agence des Pyrénées à vos côtés.

Comme vous le savez, nous déployons en cette avant saison une action intense sur le marché français pour promouvoir le ski dans les Pyrénées.

- Avec une conférence de presse à Paris qui a réuni plus de 20 journalistes de très bon niveau et 13 partenaires sur tout le massif (stations, groupements de stations et agences départementales du tourisme) le 19 octobre pour présenter les nouveautés de la saison
- Avec un partenariat média structurant avec Le Figaro Magazine sur la base de 3 dossiers de 2 pages pour communiquer en continu, tout au long de la saison d'hiver auprès de nos cibles sur le plan national autour de témoignages d'acteurs du ski engagés dans le développement de leur territoire.
- Et une présence en force sur l'événement - Le Before la Montagne Ca vous gigne - organisé par France Montagne, à Paris du 17 au 19 novembre pour le lancement de la saison, à destination d'un public jeune et jeunes familles et avec l'ambition de porter une image résolument moderne et dynamique des Pyrénées.

- Cet engagement est également très soutenu sur le marché espagnol.
- Avec une conférence de presse qui a réuni plus de 50 média à Madrid le 14 novembre et la participation de l'ensemble des territoires mais aussi des relations presse renforcées, notamment au travers de communiqués de presse réguliers tout au long de la saison
 - Avec une stratégie de présence digitale soutenue, via l'animation des communautés Instagram et l'acbook
 - Avec un partenariat renouvelé avec le Tour Opérateur Avenir / le Ski et Tout France Espagne dans le cadre du contrat de destination Pyrénées.

Enfin, nous serons présents, sous une bannière pyrénéenne commune au salon Destination Montagnes à Chambéry à la fin du mois de janvier, grand temps fort de promotion de la montagne française et du ski auprès des TO nationaux et internationaux.



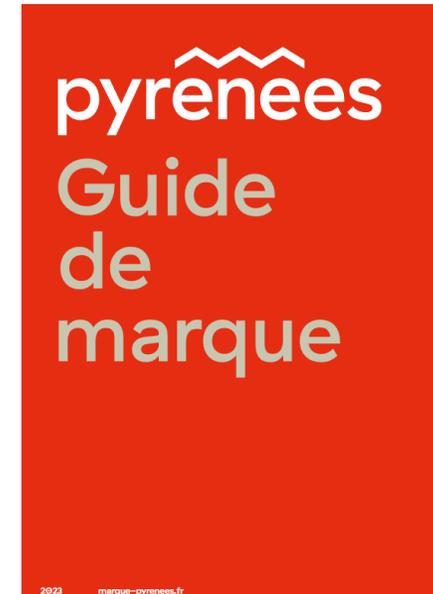
La marque Pyrénées : point d'étape sur la dynamique et les perspectives

La marque pour mémoire

- Une bannière visant à rassembler les Pyrénéens autour d'une colonne vertébrale : les Pyrénées, incarnation d'une modernité alternative et raisonnée
- Un support d'appui pour des démarches d'attractivité touristique, économique et résidentielle
- Un univers graphique (plastique et non vampirisant) à la disposition de tous les acteurs privés et publics qui souhaitent s'en saisir

Point d'étape

- Une centaine de premiers valeureux influenceurs pyrénéens d'ores et déjà mobilisés et une forte dynamique chez les acteurs privés
- Perspective d'intégration de la marque dans toute la promo-com de l'Agence à partir de la campagne printemps-été-automne 2024 + diffusion dans l'univers de la grande itinérance pyrénéenne (à commencer par V81 et la route des cols)
- Une feuille de route en cours d'élaboration pour les deux prochaines années travaillées lors d'un séminaire restreint le 1^{er} décembre



1. Comment rendre la marque visible ? 26

2. Comment rendre la marque utile ? 15

3. Comment animer la communauté de la marque ? 15

4. Comment faire converger toutes les énergies ? 4