

L'AGENCE  
DES  
PYRÉNÉES

# RAPPORT D'ACTIVITÉ

Année 2024



[www.agencedespyrenees.com](http://www.agencedespyrenees.com)



<https://pyrenees-a-velo.com/>



<http://marque-pyrenees.fr>



7 place du maréchal Juin 31800 Saint-Gaudens



05 61 13 55 68



[contact@agencedespyrenees.fr](mailto:contact@agencedespyrenees.fr)









# LE MOT DU PRÉSIDENT



**John Palacin**

*Président de l'Agence des Pyrénées*

Au moment où la crédibilité politique se perd dans le brouhaha général, les citoyens ont besoin de preuves de ce qui est fait en leur nom. Les élus et représentants associatifs qui, à la tête de l'Agence des Pyrénées ont la charge du développement, du rayonnement et de la préservation d'un territoire unique, peuvent mettre en avant les dizaines de projets soutenus par le travail de l'Agence. Ils sont les "petits cailloux" que nous semons pour écrire ensemble un avenir fidèle à nos valeurs et notre vision humaine et durable, équilibrée du massif.

Durant cette année 2024, au-delà de la consolidation de ses missions fondamentales, l'Agence des Pyrénées a élargi son champ d'action, notamment par le renforcement de coopérations autour de projets européens et transversaux, ainsi que l'amorce des premières bases d'un observatoire territorial.

Aujourd'hui, un nouveau chapitre s'ouvre avec l'arrivée de Willy Luis à la direction générale. Fort de son expérience en tant que directeur général des services d'un Département et aujourd'hui de Rives et Eaux, il rejoint une équipe dynamique bien en place. Sa vision stratégique et son engagement en faveur des transitions écologiques et territoriales seront des atouts précieux pour l'Agence.

De même que j'ai remercié le travail exceptionnel réalisé par Domitien Détrie durant les premières années de l'Agence, c'est avec un enthousiasme sincère, que je lui souhaite la bienvenue. Sous sa direction, je suis certain que l'Agence des Pyrénées restera déterminée à poursuivre sa mission, en fédérant les énergies et en accompagnant les projets qui contribueront à un avenir durable et solidaire pour nos vallées.

Je vous adresse, en premier lieu à l'équipe et à tous nos partenaires et amis de la Rhune jusqu'au Canigou, mes remerciements pour la confiance et l'engagement dont vous faites preuve au quotidien et qui fait notre force.



# LE MOT DU DIRECTEUR

Passionné de montagne en général et par les Pyrénées en particulier, prendre la direction de l'Agence des Pyrénées est pour moi la suite naturelle d'un engagement aux côtés des territoires.

À la tête de Rives & Eaux depuis près de 4 ans, je poursuis mon parcours de dirigeant territorial dans le sud-ouest de la France désormais autour des sujets des transitions climatique, énergétique et agricole.

L'Agence des Pyrénées est un outil fédérateur de tous les acteurs du massif : ce rôle l'oblige à toujours questionner la manière de rassembler et de générer les convergences pour un maximum de complémentarité et d'efficacité.

Je suis donc ravi de la rejoindre et souhaite poursuivre et renforcer le travail engagé par les administrateurs et les équipes depuis plusieurs années, tout en ouvrant de nouvelles perspectives, en explorant de nouvelles missions et en renforçant notre capacité à agir de manière collective.

Je suis convaincu que c'est en poursuivant cette dynamique de coopération et d'innovation que nous construirons ensemble l'avenir des Pyrénées, aux côtés de tous nos partenaires.

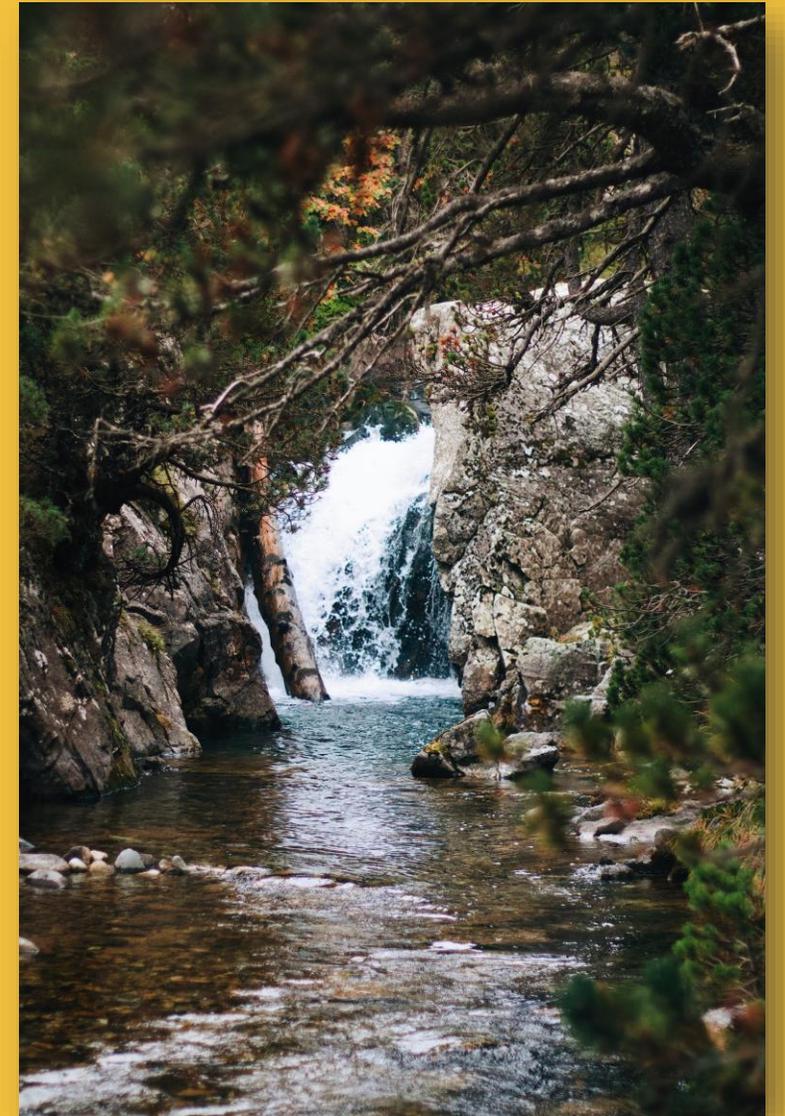


**Willy Luis**

*Directeur de l'Agence des Pyrénées*

# Sommaire :

- Rapport Financier et Moral pages 7 à 12
  - Développer les Pyrénées
    - La formation-développement pages 13 à 32
    - Le numérique pages 14 à 19
    - Les filières pyrénéennes pages 20 à 24
  - Promouvoir les Pyrénées
    - La promotion du massif pages 25 à 32
    - Le projet POCTEFA EnjoyPyr pages 33 à 46
    - La marque Pyrénées pages 34 à 45
  - Fédérer les Pyrénées
    - Pyréneo page 45
    - Les événements de l'Agence page 46
  - Préserver les Pyrénées
    - Le projet POCTEFA Piton pages 47 à 49
    - Le projet LIFE Pyrenees4Clima page 48
    - Le projet AMI Gestion des Flux page 49
  - Axe transversal
    - L'observatoire touristique pages 50 à 53
    - L'observatoire territorial page 51
- pages 52
  - page 53
  - pages 54 à 58
  - pages 55 à 57
  - page 58





# Rapport Moral et Financier

# Rapport de gestion - OPERATIONS DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/2024

En application des statuts et des dispositions du Code de Commerce, le bilan et les comptes annuels dudit exercice ont été soumises à l'approbation du Conseil d'Administration du 4 mai 2025.

Les convocations prescrites par la loi ont été régulièrement adressées et tous les documents et pièces prévus par la réglementation en vigueur ont été tenus à disposition dans les délais impartis.

Le présent rapport de gestion présente de façon synthétique les comptes de l'Agence des Pyrénées au 31/12/2024.

## **I - ANALYSE DE L'EVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIERE**

La trésorerie au 31/12/2024 présente les soldes suivants :  
317.175€

## **II - PRESENTATION DES COMPTES ANNUELS ET ANALYSE DU RESULTAT**

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31/12/2024 que nous soumettons à votre approbation ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.



Le total du bilan de l'exercice clos le 31 décembre 2024 est le suivant : 2.770.563€.

Le montant total des créances auprès des tiers est de : 2.404.204€

Le montant total des dettes auprès des tiers est de : 845.420€, dont 68.843€ auprès des établissements de crédit.

Le total des produits de l'exercice s'élève à 2.844.156€ et le total des charges s'élève à 2.699.226€

Les comptes de l'exercice 2024 font apparaître un résultat bénéficiaire de + 144.930€.

# Rapport de gestion – OPERATIONS DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/2024

Détail du compte de résultat 2024 :

## Les produits d'exploitation :

Les produits d'exploitation sont de 2.838.922€. contre 2.673.128€ en 2023 (+6,20%). Ce montant se décompose comme suit :

1 - Un total de subventions FEDER s'élève à 461.460€ (net de réajustement de 2023), pour 3 actions déclinées sur les deux régions Occitanie et Nouvelle Aquitaine :

Valorisation du massif des Pyrénées à échelle nationale et internationale (promotion-communication) : 140.274€ auprès de l'Occitanie, et 76.632€ de Feder demandé auprès de la Nouvelle Aquitaine,

Observatoire des dynamiques touristiques pyrénéennes : 72.701€ auprès de l'Occitanie, et 9401€ auprès de la Nouvelle Aquitaine

Ingénierie et actions de formation développement et animation territoriale : 187.940€ auprès de l'Occitanie, et 19.591€ auprès de la Nouvelle Aquitaine

2 - De nouveaux projets d'actions transfrontaliers, financés par divers fonds européens ont été initiés : LIFE avec Life4Climate, POCTEFA avec les projets PITON et Enjoypyr.

Un nouveau projet sur fonds Atout France avec AMI-gestion des flux de visiteurs, et enfin une action FEADER portée par BacktoEarth (rencontres retour à la terre).

Total des financements obtenus en 2024 : 135.750€

3 - Maintien du soutien de l'Etat :

La subvention FNADT a été maintenue, à un niveau de de 340.000€ pour 2024, dont 35.000€ pour le numérique.

4 - Subventions accordées par les Régions :

- La subvention Nouvelle-Aquitaine est maintenue à 170.000€

- La subvention Occitanie est maintenue à 751.000€

## Rapport de gestion – OPERATIONS DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/2024

5 - Subventions globalement maintenues par les Départements : 146.400€

- 20.000€ pour le département de l'Ariège,
- 59.000€ pour le département des Hautes-Pyrénées,
- 10.000€ (pour le département des Pyrénées-Orientales,
- 38.000€ pour le département de la Haute-Garonne (dont 20.000 € pour le numérique), y compris une subvention de 3000€ pour Pyrénéo 2024
- 4.400€ pour le département de l'Aude,
- 15.000€ pour le département des Pyrénées-Atlantiques

6 - Cotisations des Régies pour le numérique :

- Régie 65 Hautes-Pyrénées 20.000€,
- Pyrénées-Orientales 20.000€,
- Syaden pour 20.000€

7 - Une subvention EDF partenariat une rivière un territoire portée à 13.000€.

8 - Cotisations des stations de ski : 322.401€, en baisse de 1,9% par rapport à 2023 qui avait été déjà en baisse de 16% par rapport à 2022

9 - Cotisations complémentaires à l'observatoire : elles passent de 128.171€ à 148.311€: (+15,7%) à la hausse par rapport à l'année précédente en raison l'élargissement du périmètre des stations adhérentes à l'action.

10 - Participations complémentaires qui passent de 43.712€ à 26.500€ : Cette année n'y figurent que des participations aux actions de promotion Vélo et Roc d'Azur

11 - Cotisations complémentaires au programme Espagne : Elles passent comptablement de 99.679€ à 119.20€ sur 2024, Elles sont en réalité stables et basées sur une saison qui va de novembre à mars de chaque année. Les variations présentes sont uniquement liées au rythme de programmation des actions sur le début de saison hiver, qui a été demandé par les partenaires ( inscrire la destination dès le début de saison).

## Rapport de gestion – OPERATIONS DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/2024

### Les dépenses d'exploitation :

Les dépenses d'exploitation réalisées en 2024 sont de 2.694.085€ (contre 2.590.588€ en N-1 soit +4%).

Les principaux postes de charges sont les suivants :

- Achats de prestations de formation développement, 287.578€ (contre 267.167€ en N-1, soit +7,64%)
- Achat de prestations ingénierie filières 11000€
- Actions de promotion communication, 551308€ (contre 572.540€ en N-1), soit -3,7%, dont 60.960€ d'honoraires agence de communication :

Les actions France et Espagne se sont maintenues globalement dans le cadre des nouveaux marchés 2024-2027, à 533k€, dont la promotion du Vélo maintenue à 65k€.

Baisse de la prestation/Marque Pyrénées à 18k€ (- 50%), car la phase de lancement étant passée, nous avons moins eu recours à des prestataires extérieurs.

- Observatoire du tourisme, 269.630€ (contre 221.530€ en N-1), soit +21,7% dans le cadre de l'élargissement du périmètre des territoires adhérents
- Prestations et évènements liés aux nouveaux projets européens transfrontaliers (Life, Piton, Enjoypyr) et aux projets AMI et BacktoEarth, pour un total de 27.835€ dont 9.438€ de déplacements
- Organisation, événement et animation de Pyrénéo 35.388€
- Frais de fonctionnement de la structure et honoraires, 152.643€ (contre 113.929€ en N-1, soit +34%), en raison principalement de la facturation depuis 2024 du loyer des locaux au sein du CRT de Toulouse pour 33.201€.
- Déplacements 53.302€ et réception 14.276€
- Frais de personnel, 1.179.323€ contre 1.109.918€ en N-1 soit +6,25% (recrutement de Lucas Méheux en octobre, 2024 et primes de départ à la retraite )
- Frais bancaires et financiers, 9.334€ dont 1.520€ de frais financiers sur Dailly
- Cotisations 20.910€
- Dotations amortissements, 11.887€
- Charges exceptionnelles : 3.619€, et produits exceptionnels 5.232€

# Rapport de gestion – OPERATIONS DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/2024

## Les provisions :

Les provisions pour risque ont été dotées cette année pour 142.555€, et une reprise de provision de 161.385€ a été effectuée, soit un solde net de dotation à -18.830€.

Cette dotation concerne :

Une reprise de provision pour risque lié aux dossiers FEDER 2022/23, de 7.392€, et une provision pour risque lié au dossier FEDER 2024, pour 116.985€.

Une provision pour engagement retraite de 25.570€, et une reprise de 153.993€, liée à l'ajustement de la provision retraite des salariés partant à la retraite début 2025 (Caroline Ader et Dominique Delalondre.)

## **VI - AFFECTATION DU RESULTAT**

Nous vous proposons de bien vouloir approuver les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) tels qu'ils vous ont été présentés et qui font apparaître un bénéfice consolidé de + 144.930€.

Nous vous proposons de bien vouloir approuver l'affectation suivante :

Affectation : report à nouveau, amenant nos capitaux propres à un montant de 1.013,362 €

## **VII - CONVENTIONS VISÉES A L'ARTICLE L .225-38 DU CODE DE COMMERCE**

Nous vous demandons, conformément à l'article L.612-7 du Code de Commerce, d'approuver les conventions visées à l'article L.612-5 du Code de Commerce et conclues au cours d'exercices antérieurs ou au cours de l'exercice écoulé après vous avoir été régulièrement autorisées par votre Conseil d'Administration.

Votre Commissaire aux comptes a été dument avisé de ces conventions qu'il a décrites dans son rapport spécial.

## **VIII - CONTROLE DES COMMISSAIRES AUX COMPTES**

Conformément aux dispositions législatives et réglementaires, les comptes ont été validés par le Commissaire aux comptes. Les rapports de votre Commissaire aux comptes seront présentés lors de l'Assemblée Générale Ordinaire annuelle.

## **IX - SITUATION DES MANDATS DES ADMINISTRATEURS**

Le Bureau de l'Agence des Pyrénées a été renouvelé lors du CA du 06/12/2021.

De nouveaux membres du Conseil d'Administration ont été élus, issus des nouvelles grandes Régions Occitanie et Nouvelle Aquitaine, et des départements.

## **X - SITUATION DES MANDATS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES**

Notre Commissaire aux comptes, Acom Audit, a été nommé lors du CA de l'APAP du 24/09/2020, pour un mandat de 6 exercices.



# **Axe 1 : Développer les Pyrénées**

# Axe 1 : DEVELOPPER - La formation-développement

## Fonctionnement

Axe fort de la feuille de route de l'Agence des Pyrénées, l'**accompagnement de projets par le dispositif de la formation-développement** est un outil d'ingénierie de projets au service des dynamiques économiques et territoriales pyrénéennes.

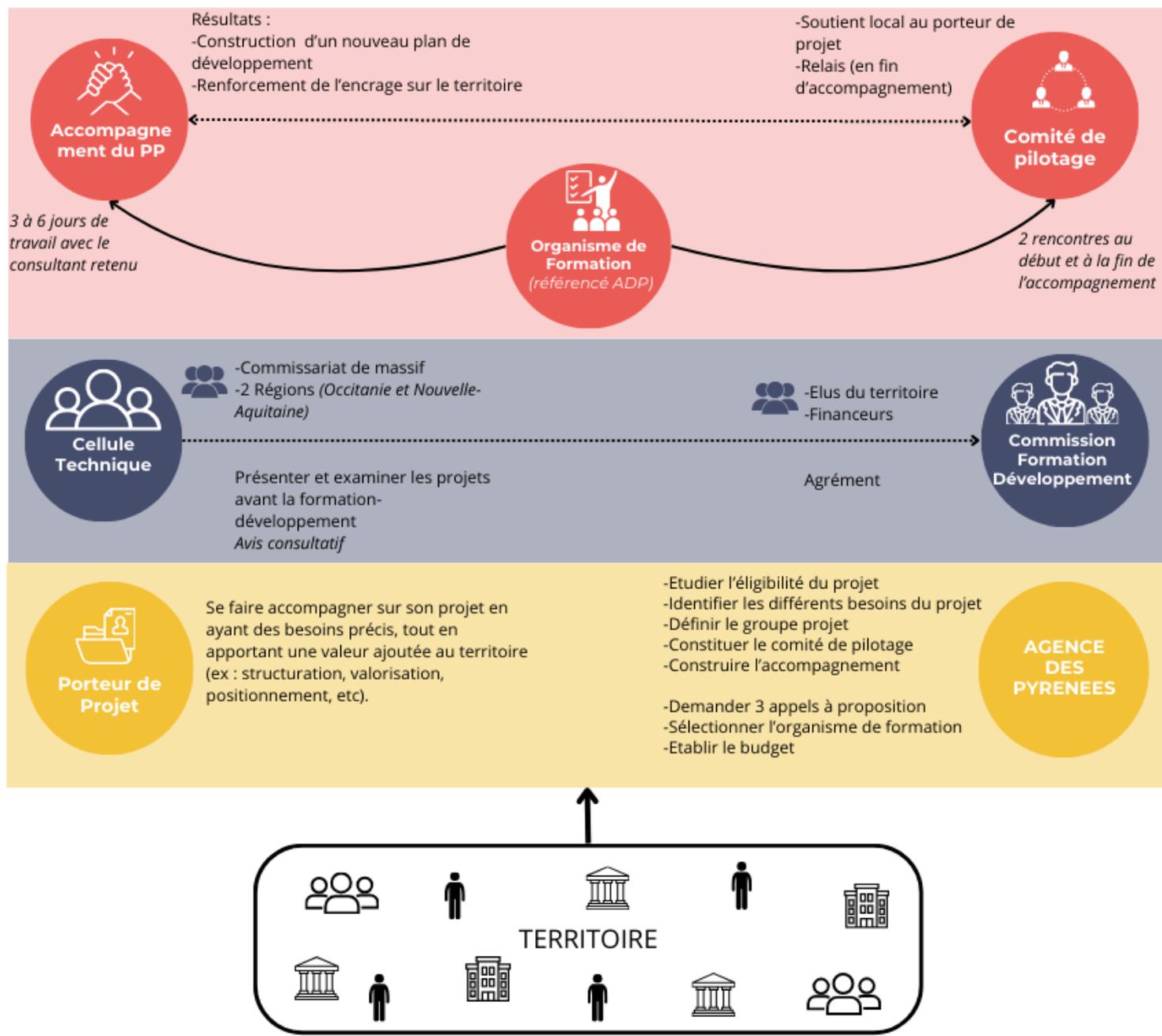
Appui aux politiques publiques du massif, la formation développement contribue activement à la **structuration de filière** et participe aux **réflexions sur les défis majeurs** auxquels le massif pyrénéen est confronté.



L'accompagnement de projets par le dispositif de la **formation-développement** :

- Un **outil d'ingénierie de projets** au service des dynamiques économiques et territoriales pyrénéennes
- Une méthode éprouvée qui met à la disposition de tout **porteur de projet** un accompagnement sur **mesure et opérationnel**, en complémentarité avec les dispositifs existants
- Une **méthode originale de co-développement** qui associe la montée en compétences des porteurs de projet et la mobilisation des personnes ressources du territoire
- Une méthode efficace qui contribue à la **réussite des projets** et concoure au **développement** et à la **consolidation des emplois** et **des activités** du massif pyrénéen

# Axe 1 : DEVELOPPER - La formation- développement



# Axe 1 : DEVELOPPER – La formation-développement

## 77 projets accompagnés en 2024

-  **55** accompagnements Massif Occitanie
-  **15** accompagnements Massif Nouvelle-Aquitaine
-  **6** accompagnements Hors-Massif Occitanie
-  **1** accompagnement Hors-massif Nouvelle-Aquitaine

## Les projets accompagnés par filières :



### Laine :

- Phase 1 et 2 : Plateforme Coopérative de tri de la laine
- Phase 1 et 2 : Laines paysannes



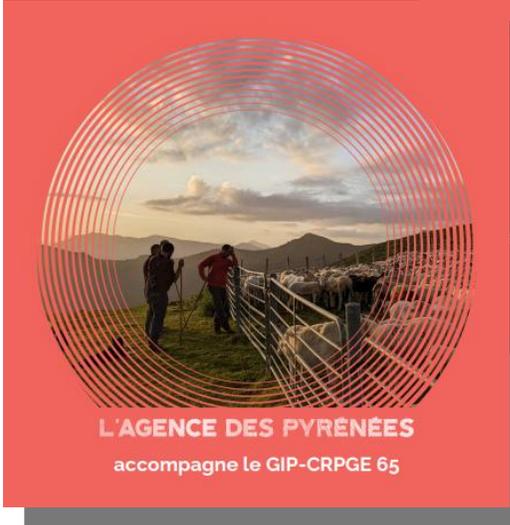
### Vélo :

- l'entreprise UNIKLE
- Le projet CASTOR : bagagerie vélo
- « BuggE » vélo couché
- Pyrénées Cycling Club
- L'offre vélo dans les Pyrénées Haut-garonnaises
- « La Fabrica Vélo »
- L'atelier Rebié



### Thermalisme :

- Le collectif thermalisme



**Les succès de l'accompagnement :**

-  eux identifier la nature des conflits.
-  En avoir une vision partagée.
-  atégoriser afin de poser les bases d'une boîte à outils pour la gestion des conflits en estives.

L'AGENCE DES PYRÉNÉES  
accompagne le GIP-CRPGE 65

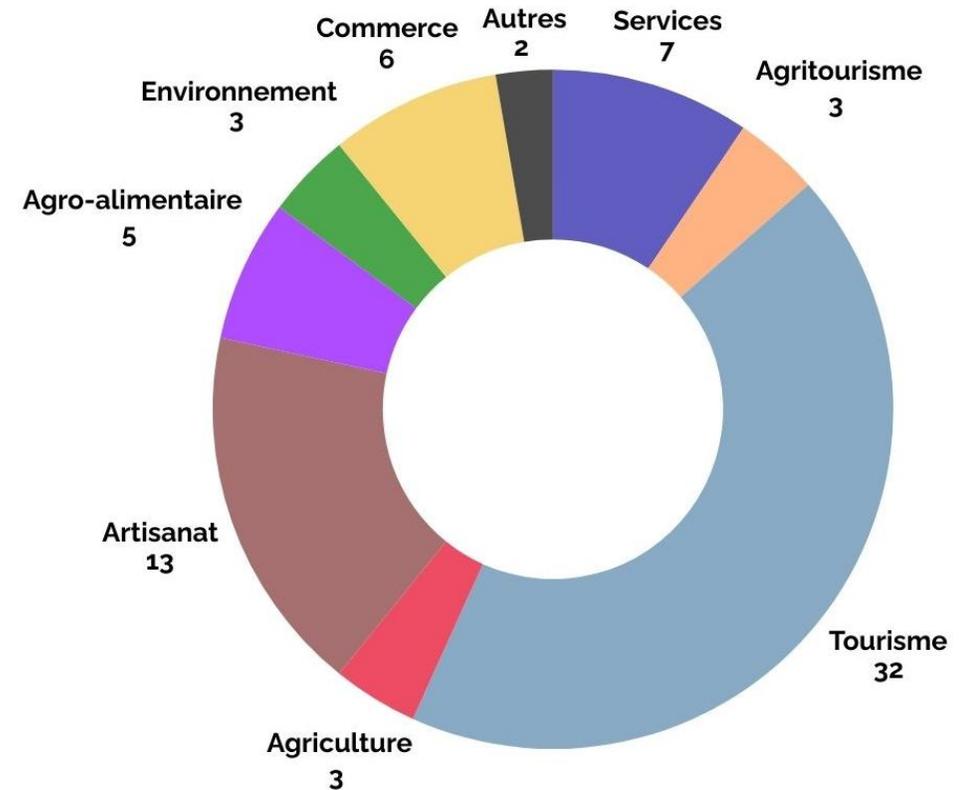
# Axe 1 : DEVELOPPER – La formation-développement par secteur d'activité

**77 projets accompagnés**

	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	NA et Occ ZM	Zone hors massif	Total
Services	2	4	1	0	7
Agri-tourisme	3	0	0	0	3
Tourisme	3	24	3	2	32
Agriculture	2	1	0	0	3
Artisanat	0	8	0	5	13
Agro-alimentaire	2	3	0	0	5
Environnement	0	3	0	0	3
Commerces	2	4	0	0	6
Autres	1	4	0	0	5

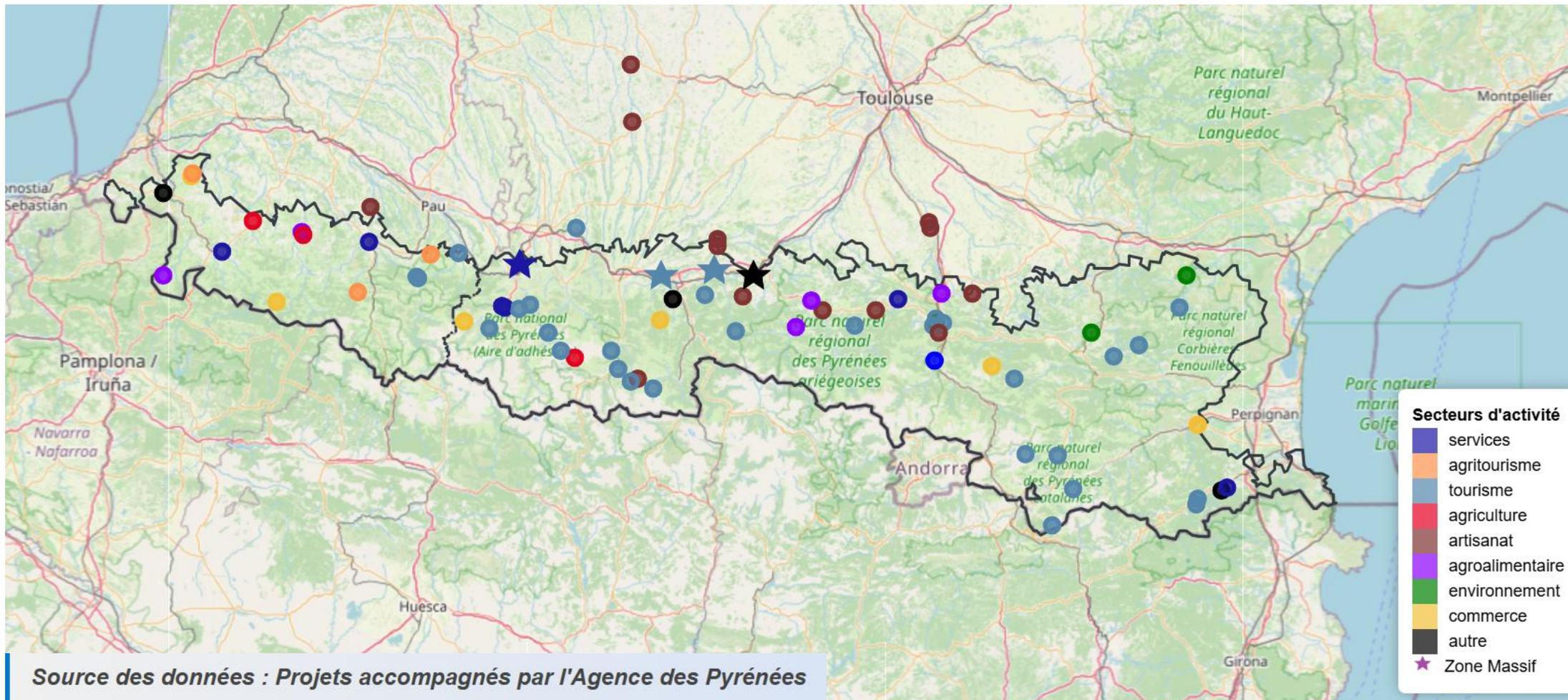
**ZM : Zone massif**

Les projets accompagnés par **secteur d'activité** :



# Axe 1 : DEVELOPPER – La formation-développement

**77** projets accompagnés en 2024 : Répartition sur le massif



# Axe 1 : DEVELOPPER – La formation- développement

	Département	Numéro stage	Projet
ZONE HORS MASSIF	32	388	Sellerie artisanale MAUREL- Stratégie de développement
			SCIC Laines Paysannes Accompagnement au développement et structuration Filière laine pyrénéenne
	09	389	Valorisation du patrimoine minier et géologique de la CCMN
	11	390	Structuration et développement de l'offre touristique autour du lac de l'Arrêt Darré en lien avec l'itinéraire cyclable v81 Zone Hors massif 65
	65	391	Structuration du modèle économique de l'entreprise UNIKLE – Fabrication de vélo cargo – Lucq de Béarn (Hors Massif 64) (Structuration de la filière vélo)
ZONE MASSIF - ARIÈGE	64	392	La Ferme du HITTON (produits cosmétiques bio) : repositionnement des stratégies commerciales.
	32	393	SCIC Laines Paysannes Accompagnement au développement et structuration Filière laine pyrénéenne - Phase 2
	09	394	Création d'une micro-filière de réemploi du verre (unité de lavage mutualisé)
	09	1134	Brasserie artisanale La Boussole : repositionnement des stratégies
	09	1135	Sarl Tracks & Georgette - Structuration et accompagnement au développement
	09	1150	Développement des activités de l'Écocentre ECORCE
	09	1151	Stratégie collective autour de l'offre groupe en Ariège (tourisme d'affaires)
	09	1167	Étude marketing & communication « BugE » vélo couché
	09	1177	Stratégies de développement de la Fromagerie Le Moulin Gourmand
	09	1178	Développement des ventes Bautreserie artisanale L'Excentrique
	09	1179	Développement de produits en bois local Menuiserie Soueix-Leroux
	09	1180	Tôlerie des Pyrénées : diversification d'activités (développement d'une marque en propre).
	09	1184	Structurer une Destination escalade en Ariège.09
ZONE MASSIF - HAUTE GARONNE	09	1185	Développement des ventes La Distillerie du Sud (gin, vodka)
	09	1186	Co-construction d'un club d'ambassadeurs (tourisme d'affaires) - Phase 2
	09	1204	Structuration du modèle économique et Etude marketing du projet CASTOR- Fabrication d'un porte bagage vélo avant innovant(Relocalisation des savoirfaire)
	11	1124	Projet de valorisation touristique Domaine de l'eau salée Sougraigne
	11	1139	Accompagnement Projet de valorisation touristique
	11	1182	Valorisation touristique commune de Termes et gorges du Sou
	11	1199	Création d'un tiers lieu agro-écologique
	11	1207	Développement de la Scic Audyssées
	31	1125	Structuration du modèle économique de l'atelier Rebié - Fabrication de sacs chocs vélos à faible impacts carbonnes
	31	1141	Construction de la stratégie de communication et ancrage territorial de l'entreprise « Recyclage et Solutions Minéral »
ZONE MASSIF - HAUTE GARONNE	31	1142	Construction de la stratégie de communication et ancrage territorial de l'entreprise « Recyclage et Solutions Minéral »
	31	1164	Création d'une plateforme coopérative de collecte et tri de la Laine des Pyrénées
	31	1183	Plateforme coopérative de collecte et tri de laine des Pyrénées - Phase 2
	31	1208	Stratégie d'accompagnement de la transition touristique de la station du Mourtis
	31	1143	Positionnement et stratégie de communication de l'offre vélo sur le territoire des Pyrénées Haut-Garonnaises

	Département	Numéro stage	Projet
ZONE MASSIF - PYRÉNÉES ATLANTIQUES	64	1136	Accompagner et adapter les postures et les outils managériaux des équipes de l'EPSA – PHASE 2
	64	1137	Développement d'une activité agritouristique complète et variée sur la ferme PLANTEROSE
	64	1140	Développement d'une activité œnotouristique
	64	1144	Travailler le positionnement marketing d'une future marque de vêtements & accessoires de montagne
	64	1146	Structurer et développer les activités de l'entreprise AMC DRONE SERVICE
	64	1147	Développer la place de l'Agneau de Lait des Pyrénées sur le marché français du Surgelé
	64	1157	Structuration et développement d'une activité agritouristique au sein de la Ferme CAZALÉ située sur la commune de Bosdarros (64)
	64	1158	Commercialisation des produits de la race de brebis Manex Tête Noire de l'association BURU BELTZA
	64	1159	Modèle économique de l'Association Radio Oloron - Phase 2
	64	1160	Création d'un espace multifonctionnel (dynamisation rurale) - Phase 2
	64	1166	Gestion RH de la Commission Syndicale du Pays de Soule
	64	1170	Création d'un commerce de proximité et atelier de transformation de viande
	64	1172	Création d'un magasin fermier
	ZONE MASSIF - HAUTES PYRÉNÉES	64	1173
64		1174	Adaptation des outils managériaux de l'EPSA Phase 3
65		1132	Développement et promotion du site « Tour du Néouvielle » – PHASE 2
65		1133	La Maison SOUBIE (hébergements, espaces de travail)
65		1152	Structurer une offre « sport-santé » sur le territoire de la CCPVG
65		1153	Prévention et gestion des conflits en zone pastorale
65		1154	Stratégie de commercialisation (tourisme d'affaires)
65		1155	Repositionnement touristique du site de Payolle - Phase 2
65		1156	Développement des activités chanvre Phase 3
65		1161	Modèle économique restaurant éphémère « Le Petit Refuge »
65		1176	Projet GARBANZA développement territorial autour du lac de Loudenvielle
65		1181	Stratégie de développement de la SAS SO'Inspiration (découverte des Pyrénées)
65		1187	Développement commercial PY'STILL (PAM locales et bio)
65		1188	Valoriser le site « Centre Jean Thébaud ».
ZONE MASSIF - HAUTES PYRÉNÉES	65	1189	Structurer les activités de « La Maison de la Montagne »
	65	1191	Structurer une offre « sportsanté » sur le territoire de la CCPVG - PHASE 2
	65	1210	tourisme circulaire sur les territoires de Lourdes et de la Communauté de Communes Pyrénées Vallées des Gaves
	65	1210	

	Département	Numéro stage	Projet
ZONE MASSIF PYRÉNÉES ORIENTALES	66	1130	Création d'un atelier de transformation pour la filière fruits et légumes et la filière viande
	66	1145	Accompagnement du territoire Pyrénées Catalanes – Pyrénées Cerdagne dans la définition d'un positionnement touristique différenciant
	66	1163	Pyrénées Cycling Club offres touristiques vélo internationales
	66	1168	Création d'une offre touristique autour du parapente et du handicap
	66	1169	Création d'un atelier de transformation pour filières fruits, légumes et viande - Phase 2
	66	1200	Repositionnement des activités et du fonctionnement de l'association « La Fabrica Vélo » associée à l'entreprise Caminade
	66	1201	Réaménagement du site « Les Escaldes » (ancien centre de réadaptation)
	66	1202	Valorisation touristique des fêtes de l'Ours (UNESCO)
	66	1206	Valorisation et renouveau de la station de Puyvalador
	ZONE MASSIF	MASSIF	1149
MASSIF		1162	Fonds de dotation 1% Pyrénées pour projets d'intérêt général
ZONE MASSIF	64 & 65	1211	Offre itinérante d'activités en eaux vives

# Axe 1 : DEVELOPPER – Le Numérique



## Enjeux de la mission

- Positionnement des territoires de montagne sur les problématiques de désenclavement et de développement par l'accès aux réseaux de communications électroniques
- Déploiement des infrastructures, en lien avec l'ensemble des opérateurs, dans la perspective de création de nouveaux usages et de nouvelles formes de développement



## Positionnement de la mission

- Accompagnement et mise en œuvre de programmes portés au niveau national
- Expertise et assistance technique des départements dans le déploiement de réseaux ou de projet
- Lancement et portage de dossiers dans une perspective d'innovation : Cf. Couverture de vallée de haute montagne dans les Hautes-Pyrénées (Haute Vallée du Louron, Vallée du Tech, Vallée de Couplan)
- Participation à des groupes de travail nationaux

# Axe 1 : DEVELOPPER – Le Numérique

## 1 Accompagnement technique et suivi du dispositif New Deal – Couverture ciblée



### Le Programme

- S'inscrit dans la continuité des différents programmes mis en œuvre depuis 2004 visant à résorber la couverture des zones blanches de téléphonie mobile.
- Les grandes avancées :
  - Financement assuré à 100 % par les opérateurs
  - Prise en compte, non plus exclusivement des zones dites « blanches », mais également des zones dites « grises »
  - Création des équipes projets départementales pour un pilotage au plus prêt des territoires, permettant ainsi la mise en place d'une réelle stratégie d'aménagement numérique



### Les enjeux

- Passage en 4G de tous les sites réalisés au titre des anciens programmes
- Mise en service en 4G de tous les sites construits au titre du programme DCC
- Complétude des technologies : mobile et fibre —> fin du réseau cuivre au 01 janvier 2030

## Axe 1 : DEVELOPPER – Le Numérique

L'Agence des Pyrénées assure la mise en œuvre technique et le suivi du programme sur et pour le compte des conseils départementaux et de l'Etat

ANNEES 2024				
Dept	Sites mis en service	Dossiers en cours	Etudes radio réalisées	Nouveaux dossiers
Pyrénées-Orientales	12	24	11	11
Aude	11	22	24	5
Haute-Garonne	8	12	15	6
Hautes-Pyrénées	13	23	22	6
Total	44	81	72	28
		181		

Les départements des Hautes-Pyrénées et de la Haute-Garonne entrent en phase test du décommissionnement des 2 technologies en juin 2025

- **181** dossiers accompagnés en 2024 avec une répartition assez homogène sur l'ensemble des départements sur la seule problématique de la téléphonie mobile.
- **12** réunions des Equipes projet départementales en lien avec l'ANCT
- Passage de tous les sites en technologie 4G dans la problématique de la fin des réseaux 2G en janvier 2025 et 3G en janvier 2028

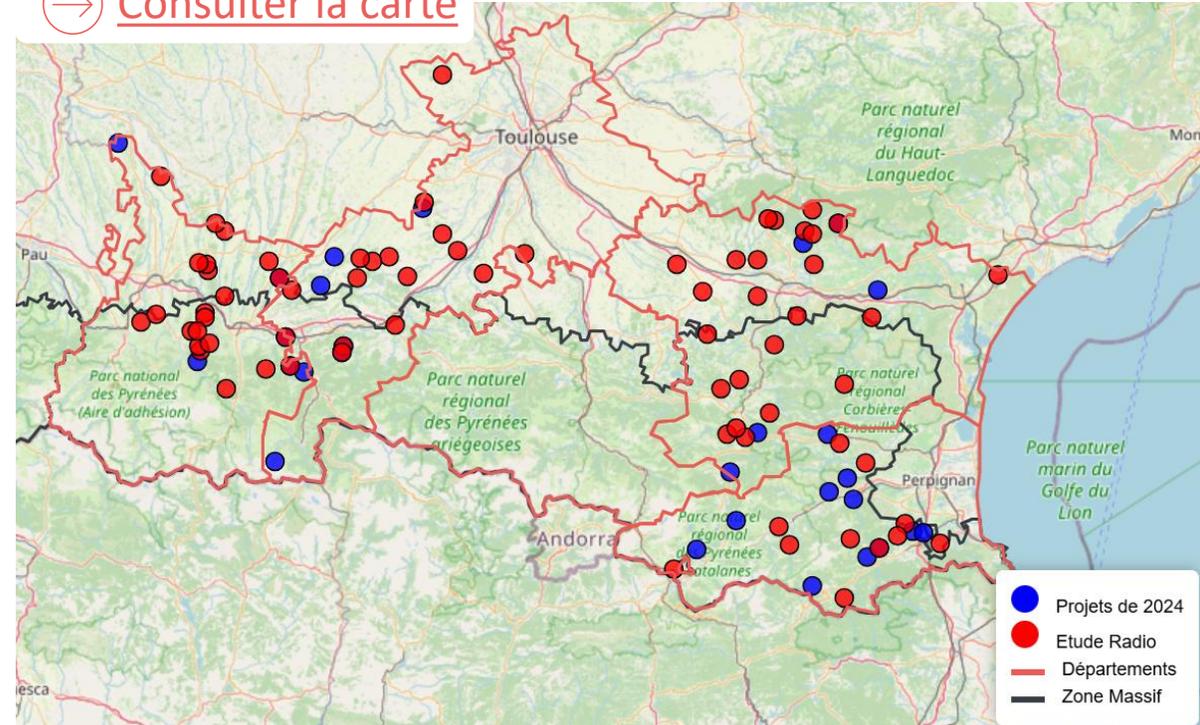
# Axe 1 : DEVELOPPER – Le Numérique

→ [Consulter la carte](#)



Dispositif New Deal – Couverture des zones blanches de téléphonie mobile : **Répartition territoriale des dossiers travaillés en 2024**

→ [Consulter la carte](#)



## Axe 1 : DEVELOPPER – Le Numérique

### 2 Suivi de la complétude des technologies sur les territoires

#### Evolutions technologiques à venir

- Décommissionnement des réseaux mobile 2G → 01 janvier 2025
- Décommissionnement des réseaux mobiles 3G → 01 janvier 2028
- Fermeture commerciale du réseau du réseau cuivre → 01 janvier 2026
- Décommissionnement du réseau cuivre → 31 décembre 2030

#### Mise en perspective et travail de l'Agence

- Suivi avec les opérateurs de l'évolution des modifications annoncées
- Avertissement des collectivités sur les enjeux et les problématiques qui seront soulevées
- Etudes de zones potentiellement impactées

# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes **La laine**

## Une dynamique collective à l'échelle du massif des Pyrénées

L'AGENCE  
DES  
PYRÉNÉES



Avec le soutien des Régions Occitanie  
et Nouvelle-Aquitaine  
et du Commissariat de massif des Pyrénées

En lien avec l'ensemble des acteurs de la filière

La dynamique de renouveau de la filière Laine Pyrénéenne s'appuie sur

- des initiatives entrepreneuriales nouvelles et structurantes
- et sur l'animation collective de la filière, qui favorise les collaborations et synergies entre acteurs.

On assiste aujourd'hui :

- À l'émergence de projets collectifs structurants
- Au développement de projets d'entreprises à potentiel
- A des démarches d'innovation continues
- Au lancement de réflexions sur la mise en commun de moyens

Les enjeux sont de reconstruire une filière locale, en recréant de la valeur ajoutée sur le territoire et qui contribue à la transition vers une économie de montagne résiliente et à la préservation du patrimoine des Pyrénées.

# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes **La laine**

La dynamique Pyrénéenne en synergie avec les actions filières sur un territoire élargi :

## Région Occitanie

- Contrat de filière textile
- GIE élevage Occitanie  
SIDAM Massif central  
Participation à la journée valorisation de la laine en Occitanie

## National

- France Agrimer – suite au rapport du CGAAER contribution à l'élaboration de la feuille de route nationale
- Atelier Laines d'Europe : Expérimentation caractérisation des races
- Collectif Tricolor : Expérimentation outil de traçabilité des laines
- Coopération inter parcs – PNR des Pyrénées Ariégeoises

**Dynamique collective de renouveau de la filière Laine Pyrénéenne**

## Région Nouvelle-Aquitaine

- Dynamique Cluster Laine  
Réso laine - CCI de Bayonne  
Pays-Basque Lainamac  
Participation au lancement de la dynamique et comités techniques
- Participation à la journée sur les bonnes pratiques du tri en lien avec les éleveurs CCI Bayonne Pays-Basque - Traille

## Transfrontalier

- Projet LIFE Pyrénées4climate - Economie de montagne résiliente / agriculture et pastoralisme / valorisation des produits non alimentaires issus du pastoralisme : la laine – Pilotage Agence des Pyrénées

# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes

## La laine : Parmi les actions 2024

- **L'accompagnement opérationnel sur le terrain des acteurs de la filière** via la formation développement :
  - Marelha
  - Laines Paysannes
- **L'accompagnement à l'émergence des projets collectifs** sur le territoire :
  - Collectif d'entreprises de la filière porteur du projet de plateforme collective de collecte et de tri de la laine en Comminges
- **La co-organisation avec le collectif Tricolor** (collectif filière laine national) des **Journées Tricolor - rencontres nationales de la filière Laine - dans les Pyrénées à Lourdes**, en partenariat avec la ville de Lourdes, les 14 et 15 novembre 2024  
Le thème de ces journées : "STRUCTURER L'ÉCOSYSTÈME PAR L'INNOVATION TERRITORIALE", avec un focus sur les dynamiques territoriales qui façonnent et renforcent les filières lainières françaises  
2 jours d'échanges, de découvertes et d'innovations autour de la filière laine française dans le cadre de tables rondes, ateliers de travail et visites d'entreprises et exploitations agricoles  
**Cet événement qui a réuni plus de 80 participants de tous les niveaux de la chaîne de valeur de la filière sur le plan national, a représenté une belle opportunité de mise en lumière du massif et de la filière laine Pyrénéenne.**
- **L'apport de contributions à l'élaboration de la feuille de route filière laine nationale portée par France Agrimer**
- **Le lancement du programme Life Pyrénées4climate** – volet valorisation des produits non alimentaires issus du pastoralisme : la laine

# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes

## Le Vélo

L'Agence des Pyrénées a placé le vélo au cœur de sa feuille de route en dynamisant cet écosystème pyrénéen



Structurer cette filière participe pleinement à la création de valeur **économique et touristique** sur le massif....

# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes

## Le Vélo créateur de valeurs économiques



Des accompagnements de porteurs de projet et de territoires pyrénéens contribuant à la structuration de la filière à l'échelle de tout le massif :

- *Projet vélo cargo UNIKLE (64)*
- *Projet ORSA "BUGG-E", vélo couché tout terrain (09)*
- *Projet GARBANZA : site écolodge dédié aux vélos (65)*
- *Projet porte bagage avant vélo CASTOR (09)*
- *Accompagnement dans la définition de la Stratégie développement du VTT dans le Couserans (09)*
- *Accompagnement de la Stratégie de développement de l'offre touristique vélo sur le lac de l'Arrêt Darré (65)*



Le collectif des « **façonneurs de Vélos Pyrénéens** » :

- la volonté de fédérer les artisans du cycle localement
- **Une démarche initiée par l'Agence des Pyrénées** lors de la rencontre de la filière vélo chez Octave
- **Un accompagnement** par Rêver les futurs pour structurer le collectif et lancer une communication commune qui a permis la création d'un manifeste pour partager les valeurs promues par les Façonneurs
- Des objectifs à court terme de présence à des événements sous **la bannière des Façonneurs de Vélos Pyrénéens**
- La structuration d'une **dynamique collective** et ouverte sur l'ensemble du massif pyrénéen
- **11 signataires** : *Cycle Affranchi, Caminade, MILC, Orsa Cycles, Octave, Atelier Rebié, Sauvage Guard, Seridecal, Soum, Unikle, Velocidade*

# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes

## Le Vélo créateur de valeurs économiques et touristiques

3ème rencontre annuelle des acteurs du vélo dans les Pyrénées

- Un temps fort pour la filière vélo, organisé **le 26 juin 2024 à l'Abbaye de l'Escaladieu**, en partenariat avec *Rémi Laffont chez Octave* et *Christian Caussidery, EDF un territoire une rivière*.
- En lien avec la 8<sup>e</sup> édition du Concours de Machines et le Salon de l'Artisanat du Cycle,
- **Un événement qui a réuni plus de 80 personnes (acteurs publics et socio-pro)**

Cette rencontre a permis de :

- Mettre en lumière les savoir-faire artisanaux et industriels du territoire ;
- Valoriser les initiatives de formation en lien avec les métiers du cycle ;
- Partager les avancées concrètes dans la mise en tourisme de la destination « **Les Pyrénées à vélo** » ;
- Illustrer, à travers des témoignages d'acteurs locaux, la contribution du vélo au développement touristique et économique du massif.
- Porté par une large mobilisation d'acteurs publics, privés et associatifs, cet événement a renforcé la légitimité du vélo comme levier structurant pour l'attractivité et la transition des territoires pyrénéens.



# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes

## Le Vélo créateur de valeurs touristiques

Les Pyrénées à vélo, une ambition collective pour structurer et promouvoir une offre globale de 2800 km de l'Atlantique à la méditerranée pour tous les goûts, les envies et les niveaux.

Un travail collaboratif entre les 6 Départements et les 2 Régions et piloté par l'Agence des Pyrénées.



Création d'un label commun les Pyrénées à Vélo. Une marque déposée par l'Agence



# Axe 1 : DEVELOPPER – Les Filières pyrénéennes

## Le Vélo créateur de valeurs touristiques

portée et financée par les 6 départements du massif et l'ADP dans le cadre d'un comité d'itinéraire co-animé par l'ADP/CD31

A l'échelle du massif,  
**73** itinéraires :

- Produit
- Mis en marché
- Promu

M  
I  
S  
S  
I  
O  
N

**2** itinéraires transversaux :

- La Vélo Sud (V81)
- La route des cols

**48** boucles & circuits

**22** ascensions

C  
O  
N  
T  
E  
N  
U

Site internet

Mise en ligne FVT

Topoguide

Presse et digital

Mobilisation de communautés et leader d'opinion

A  
C  
T  
I  
O  
N



- Objet du travail :**
- **Choix du nom** de la Vélo Sud
  - Élaboration du **contenu visuel** (*images, identité graphique*).
  - Rédaction du **contenu éditorial** (*présentation, récit, points d'intérêt*).

- Objectif de diffusion :**  
Mise en ligne depuis **juin 2024** :
- Sur **France Vélo Tourisme** (FVT).
  - Sur le site **Les PAV** (*Portail des Activités de pleine nature*).

- Mise en tourisme de la Vélo Sud :**
- Une **grande traversée cyclable** valorisée comme produit touristique.



## **Axe 2 : Promouvoir les Pyrénées**

## Axe 2 : Promouvoir – Contrat de destination Pyrénées

Le plan d'actions promotion communication 2024 s'inscrit dans la continuité de **la feuille de route stratégique, telle que définie collectivement avec les partenaires** dans le cadre du **contrat de destination Pyrénées**.

Pour mémoire, les principaux axes de travail définis dans ce cadre sont :

- Construire **une nouvelle image de marque** pour la destination Pyrénées et en développer la notoriété afin de :

- **Diversifier et renouveler le positionnement hiver**
- **Devenir le massif français leader sur l'été, le printemps et l'automne, avec un axe prioritaire sur le vélo et plus largement l'itinérance**

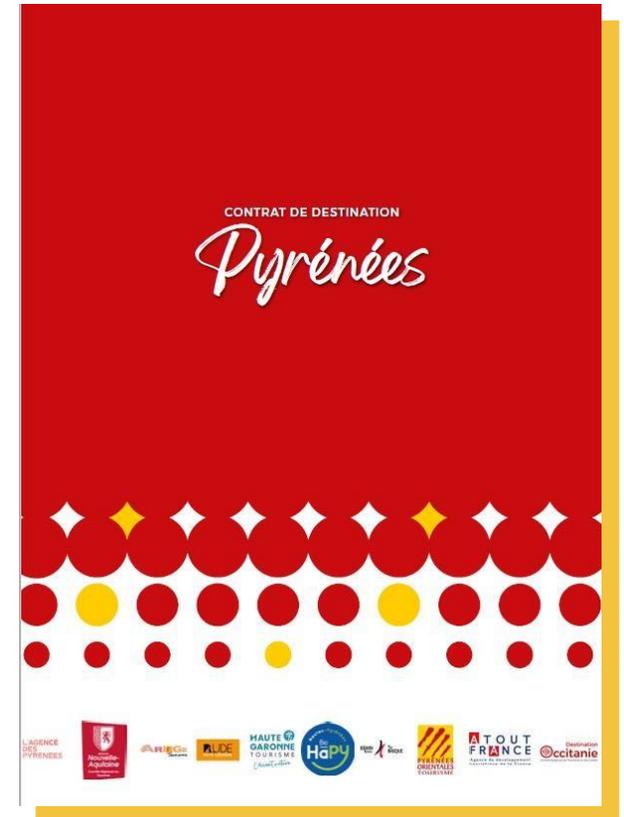
- En transversal : faire des Pyrénées **une destination de référence en matière de tourisme respectueux des espaces et de l'environnement**

L'action de l'Agence représente **un outil, une force de frappe collective, la mise en commun de moyens au service de la promotion des Pyrénées au global (échelle massif - transverse), de ses territoires et de ses acteurs.**

Ce plan d'action s'articule en 2 grands temps forts :

- Un plan d'action hiver
- Un plan d'action printemps été automne

qui vous sont décrits de manière synthétique ci-après pour l'année 2024.



# Axe 2 : Promouvoir – Printemps-Eté-Automne 2024

## Un enjeu prioritaire : faire de la destination Pyrénées une grande destination vélo

### La création d'un site les Pyrénées à vélo

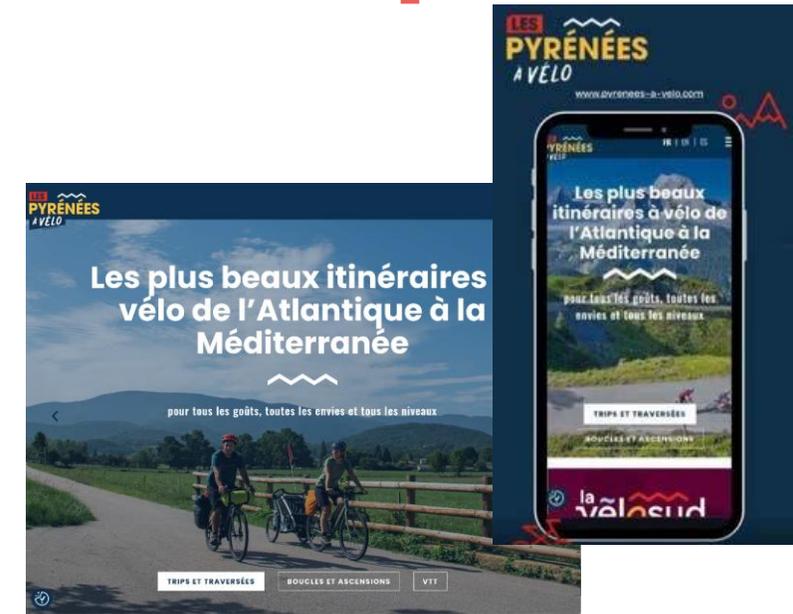
- Axe majeur du plan d'action pour la saison printemps-été-automne 2024 porté par l'Agence des Pyrénées, ce site a vocation à être **la vitrine de l'offre vélo à l'échelle du massif et un portail vers les itinéraires**
- Il représente **un outil de valorisation de tout le travail de structuration de la filière vélo et un outil de promotion collectif pour tous les acteurs du massif**
- Un outil facile d'accès, riche, intuitif qui donne à voir la cohérence et la diversité de la destination "Pyrénées à vélo" avec :
  - ses itinéraires transverses massifs et en particulier une mise en lumière de la VÉLOSUD et à venir de la route des cols
  - les 70 boucles et ascensions sur tout le massif, issues du Topoguide vélo
  - Les zones de pratique VTT, bikepark
  - Les événements vélo

Il est décliné en 3 langues dès sa mise en ligne : **français, espagnol et anglais**

### Campagne programmatique

Pour le lancement du site, une campagne programmatique a été conçue, pour **faire connaître et générer des visites ciblées sur le site.**

Résultats : Il s'agit de la **meilleure campagne du trading desk de ces 2 dernières années** : près de 900 000 internautes uniques ont été atteints



<https://pyrenees-a-velo.com/>

# Axe 2 : Promouvoir – Printemps-Eté-Automne 2024

## La participation collective au Roc d'Azur (grand rdv international vélo)

### Sous bannière Les Pyrénées à vélo

Organisation d'un Espace COLLECTIF Pyrénées de 54M2 avec la participation de l'ensemble des territoires du massif, partenaires du collectif vélo

Présentation de l'intégralité de l'offre vélo sur le massif : offres vélo de route et VTT, pour cycloportifs et cyclotouristes, événements vélo ... Valorisation du nouveau site internet Les Pyrénées à vélo

Réalisation et diffusion d'un communiqué de Presse auprès de la presse spécialisée

### Les actions presse

#### LES RENCONTRES PRESSE A PARIS : 21 mars 2024

#### Tout le massif représenté

Plus de 40 journalistes présents : L'Equipe, Santé Mag, Vélo Tout Terrain, Géo, Libération, Voyager Magazine, Bike Eco, BFM/RMC, Life & Style, Arts Gastronomie & Tourisme...

Réalisation d'une **Eco News Pyrénées** qui met en avant le positionnement vélo et itinérance du massif : itinéraires et circuits, offres et services, compétitions & événements, savoir-faire autour du vélo ...



## Participation aux actions collectives de la montagne française

Campagne TV été 2024, Campagnes digitales SNCF Connect et Trip Advisor, Conférence de Presse multi massifs...

Voyagez de nuit et réveillez-vous à la montagne !

 <p><b>Latour-de-Carol - Enveitg</b> À partir de 29€<sup>(1)</sup> en 2nde classe couchette depuis Paris avec INTERCITÉS de nuit.</p> <p><a href="#">Je réserve</a></p>	 <p><b>Ax-les-Thermes</b> À partir de 29€<sup>(1)</sup> en 2nde classe couchette depuis Paris avec INTERCITÉS de nuit.</p> <p><a href="#">Je réserve</a></p>	 <p><b>Tarbes</b> À partir de 29€<sup>(1)</sup> en 2nde classe couchette depuis Paris avec INTERCITÉS de nuit.</p> <p><a href="#">Je réserve</a></p>
--	---	---

# Axe 2 : Promouvoir – Printemps-Eté-Automne 2024

## Espagne

### 2 VOYAGES DE PRESSE

#### vélo et découverte du territoire

- **Pyrénées-Orientales**, début Juillet

En partenariat avec l'ADT des Pyrénées-Orientales et les partenaires du territoire

- **Ariège et Aude**, début septembre

En partenariat avec les ADT de l'Ariège et de l'Aude Et les partenaires du territoire

## Espagne

### Partenariat Agence des Pyrénées / Atout France / TO Avoris le ski

Programme promotion et conversion. Objectifs : développer la fréquentation en été, valoriser la diversité des activités, développer les ventes (hébergement et offres d'activités).

Un programme d'actions grand public et d'actions BtoB via le réseau d'agences de voyages sur tout le territoire.



[Voir la vidéo](#)

## Espagne

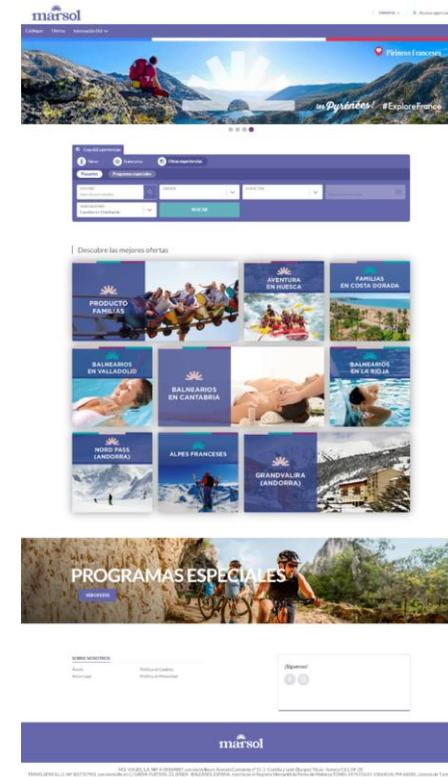
### 8 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

- parmi les thématiques valorisées :

La VÉLOSUD la nouvelle véloroute des Pyrénées françaises,

Pyrénées françaises : Le côté plus nordique et rafraîchissant pour l'été,

Les 5 meilleurs parcs à vélo des Pyrénées françaises, Le « Savoir-faire » des Pyrénées : Talcaneò et MontCapel ...



## Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 - France

### Les actions presse

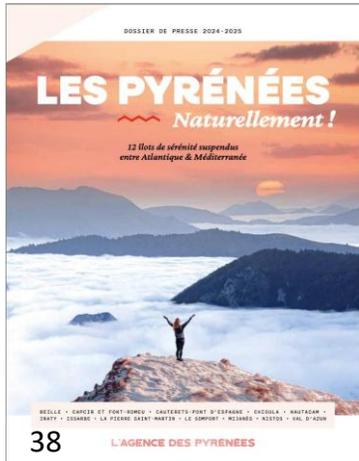
#### LES RENCONTRE PRESSE A PARIS : 15 octobre 2024

Plus de 50 journalistes participants , parmi lesquels des rédacteurs en chef et journalistes de 1<sup>er</sup> plan en charge du tourisme dans de grands médias nationaux

18 destinations/stations pyrénéennes présentes

Un rendez-vous qui s'est installé au fil des années comme un « classique » attendu par la Presse

[En savoir plus](#)



#### Réalisation d'un dossier de presse :

« 12 îlots de montagne suspendus entre Atlantique et Méditerranée »

- Lancement d'un nouveau positionnement collectif des espaces nordiques du massif suite à un accompagnement du collectif via la formation-développement par l'Agence des Pyrénées
- Rédaction de nouveaux éléments de langage
- Réalisation d'un dossier de presse • Hiver 24•25

[En savoir plus](#)

# Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 - France

## Les campagnes mutualisées Pyrénées

Avec 2 cibles : les skieurs et les vacanciers à la neige

### CAMPAGNE TV NATIONALE **france.5**

Diffusion du clip Pyrénées

**45 passages** en horaires prime time en amont de la saison du 28/10 au 16/11 pour installer la destination dès le début de saison

[En savoir plus](#)



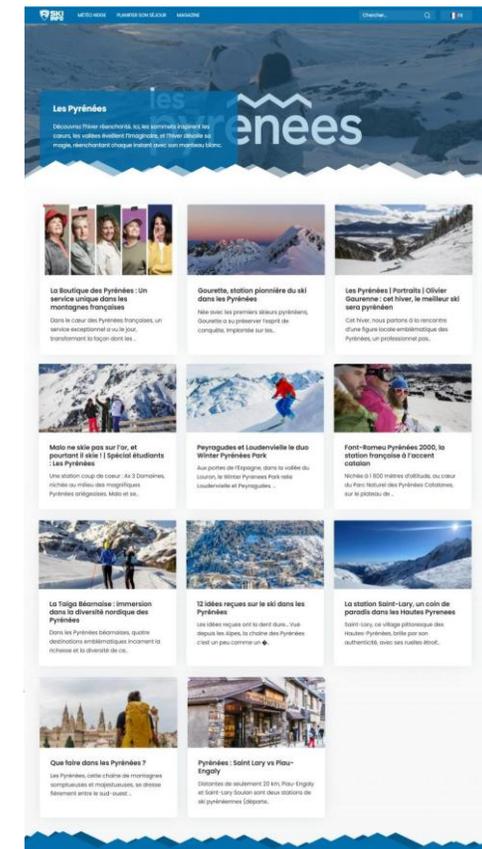
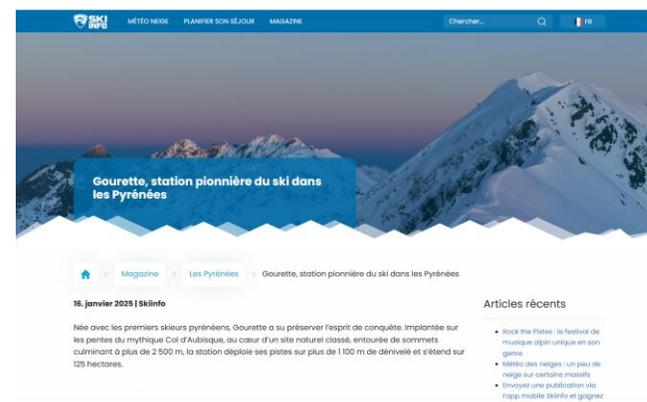
### CAMPAGNE DIGITALE

Partenariat Éditorial & publicitaire avec le **media digital le plus puissant et le plus affinitaire sur la thématique « ski & montagne hiver »**.

Création d'un mini site-magazine Pyrénées Ski en home page "PYRÉNÉES"

**Visibilité TOUTE la saison 1er novembre > 15 avril • 5 mois 1/2**

Les résultats : **2ème contenu le plus recherché sur Ski Info après le bulletin neige, 32 220 pages lues**

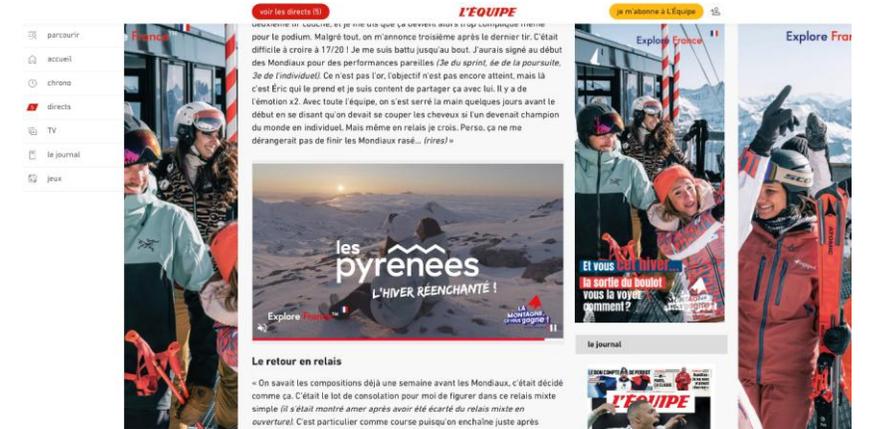


# Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 - France

## CAMPAGNE DIGITALE



Dans le cadre du partenariat avec France Montagne. Campagne Bonus. Diffusion du clip Pyrénées TV sur la plateforme L'Equipe.fr « rubrique Ski & Glace » du 10 janvier au 10 mars



## CAMPAGNE DIGITALE



Média historiquement engagé en faveur d'une pratique du ski démocratisée et de territoires pyrénéens vivants et soucieux de leur environnement, I LOVE SKI a permis, par une série d'articles thématiques, de toucher un public affinitaire sur les marchés français et espagnols. Exemple de thématique : Réflexion sur les Business Models durables pour les stations de montagne, Nouveautés des Pyrénées françaises...

## 1 OPERATION PILOTE – spéciale fin de saison en stations Pyrénées en Mars – Le Pass du Marsien

A la demande de stations, 1 expérimentation pour booster la fin de saison. Un concept, un nom, un univers graphique, une boîte à outils créés par l'Agence pour les stations.

Une action pilote expérimentée avec 3 stations en 2024 qui a vocation à être élargie à toutes les stations qui le souhaitent en 2025



# Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 - Espagne

## Les actions presse

### CONFERENCE DE PRESSE MULTIMEDIAS A MADRID : le 13 nov 2024

- La première conférence de presse multimédias en présentiel et retransmise en ligne dans toute l'Espagne. Une 50 aine de journalistes de la télévision, du digital de la radio et de la presse écrite présents ont rencontré les représentants de **12 destinations**
- 253 visiteurs** uniques en direct.
- 8.748 visionnages** à distance sur Youtube (en entier 62%).

[En savoir plus](#)



## DOSSIER DE PRESSE EL ALMA DEL PIRINEO

- A l'occasion de cette conférence de presse, présentation du dossier de presse : « El alma del Pirineo » **90 pages** avec des informations détaillées sur la destination
- Parmi les rubriques ;
- 38 stations du ski • 16 spas / activités de bien être • Des bons plans • Les ilots nordiques • Ouvertures, gastronomie, hébergements, ...
- **457 téléchargements** de journalistes espagnols pendant l'hiver

### POUR ACCEDER AU DOSSIER DE PRESSE

[https://www.calameo.com/read/007650796104e3\\_cd92ed7](https://www.calameo.com/read/007650796104e3_cd92ed7)

# Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 - Espagne

## Les actions presse

### COMMUNIQUÉS DE PRESSE

- 35 communiqués de presse saison hiver
- 1-2 communiqués de presse par semaine du 1er novembre au 15

### Résultats

- 402 articles publiés dans les médias espagnols
- 829 millions d'impressions

Parmi les thèmes : expériences originales, destination ski/spa, Ilots nordiques, Purísima, Noël, Rois Mages, Saint Valentin, Ski en Mars  
 Nouveautés, ouvertures, nouveaux forfaits, expériences pied de pistes  
 Événements, compétitions, anniversaires, podcast « Me las Piri »,

pyrénées

COMUNICADO – 11/21/2024

Espace Somport ha sido la primera estación en abrir la temporada de nieve

#### El Pirineo francés contará ya con 25 estaciones abiertas este fin de semana

Las últimas nevadas acontecidas en las regiones pirenaicas del Atlántico al Mediterráneo permitirán abrir la mayoría de las estaciones de nieve del Pirineo francés. Entre hoy y el próximo sábado serán 25 los resorts de esquí abiertos. Los Pirineos Bearneseos contarán con cuatro estaciones abiertas de las seis que hay en la región; la nieve generosa hará que abran la mayoría de las estaciones situadas en Altos Pirineos, nueve de trece; una estación de la Alta Garona; tres del Ariège; la estación de Camurac en el Aude; y, por supuesto, las siete estaciones ubicadas en los Pirineos Orientales.

CUATRO ESTACIONES ABIERTAS EN LOS PIRINEOS BEARNESES  
 Espace Somport ha sido la primera estación del Pirineo francés en abrir la temporada de nieve el pasado 2 de diciembre. Las recientes nevadas permitirán que la mayoría de las estaciones de los Pirineos Bearneseos sigan los pasos del Espace Somport y estrenen la temporada el 14 de diciembre. Así, el próximo sábado se podrá disfrutar de la nieve y la



pyrénées

COMUN. CASCO – 21/11/2024

Les Angles será la primera estación donde se podrá esquiar

#### El Pirineo francés iniciará la temporada el próximo 29 de noviembre

Está prevista la apertura de 15 de las 38 estaciones durante el puente de La Purísima: 8 en Altos Pirineos, 2 en Ariège, 2 en Pirineos Bearneseos y 3 en Pirineos Orientales

Les Angles será la estación encargada de dar el pistoletazo de salida a la temporada de nieve en el Pirineo francés el próximo viernes, 29 de noviembre. Por su parte, Cauterets, Pont d'Espagne y Porté-Puymorens lo harán el 30 de este mismo mes. En el caso de Cauterets y Pont d'Espagne se trata de la apertura previa; los días 30 de noviembre y 1 de diciembre, ya que las estaciones abrirán de forma definitiva el 6 de diciembre. En el caso de Porté-Puymorens, está previsto que la estación permanezca abierta los fines de semana del 30 de noviembre al 20 de diciembre, y de forma definitiva a partir del 21 de diciembre.



#### 8 estaciones abiertas en Altos Pirineos

En Altos Pirineos, de las doce estaciones con que cuenta la región, abrirán ocho: Cauterets, Grand Tourmalet, Luz Ardiden, Peyragudes, Piau-Engaly, Pic du Midi, Pont d'Espagne y Val d'Auzan. Además de Cauterets y Pont d'Espagne que abrirán el 30 de noviembre y el 1 de diciembre y que tienen prevista su apertura definitiva el 6 de diciembre, Piau-Engaly será la primera en abrir el puente de la Purísima, el 4 de diciembre; y, al igual que Cauterets y Pont d'Espagne, el 6 de diciembre será el turno de

## Série de Podcast “Me las Piri” avec Oxígeno

5 CHAPITRES

Oxígeno  
revistaoxigeno.es

76.014 ÉCOUTES

+

pyrénées



YouTube

43.542 vues



Apple Podcasts



amazon music

ivoox



Spotify

pandora

deezer

Toutes les plateformes

# Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 - Espagne

## Les campagnes mutualisées Pyrénées

### CAMPAGNE TV : EL ALMA DEL PIRINEO

Diffusion du clip Pyrénées retravaillé pour le marché espagnol

Dispositif : 96 passages, spot de 20'

PERFORMANCES **4,9 M** Impacts **3,89** Fois/vision

### CAMPAGNE DIGITALE : MÉDIAS GÉNÉRAUX, VOYAGE ET SKI & NEIGE

Navidad de récord en las estaciones de Neiges Catalanes, Pirineo francés

Los centros invernales han registrado un 25% más de forfaits vendidos estas navidades respecto al año pasado

Por Redacción - 2 enero 2025

Compartir en Facebook Compartir en Twitter G+ P Print



EL PAÍS LA RAZÓN

LAVANGUARDIA EL MUNDO

MARCA as SPORT MUNDO DEPORTIVO

OUTDOOR EN ESTADO PURO

Lugares de Nieve

Revista Ibérica

NIEVE REVISTAS



[Voir le spot](#)

### CREATION D'UNE LANDING PAGE [pirineofrances.com](http://pirineofrances.com) - El Alma del Pirineo

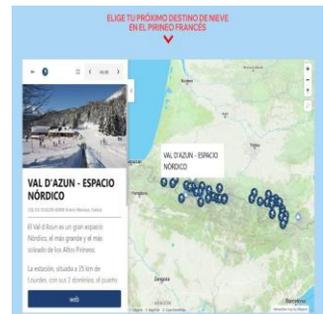
Les performances :

**10 670** Visiteurs

**5'45 mn** visionnage



[Voir la landing page](#)



Impressions : **4.886.000**

CTR / Clics : **6.351 (0,13%)**

# Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 - Espagne

## Campagne Atout France Avoris le ski

Reconduction de la campagne de promotion des Pyrénées en Hiver en collaboration avec Atout France Espagne et le Tour Opérateur AVORIS Le Ski

La campagne a généré **une forte notoriété** :  
 48 M d'impacts, Vidéos : 500 000 vues  
 Landing pages : 500 000 avec un temps de lecture moyen de 2'49".



### Sites internes AVORIS

**WEBSITE BTHETRAVEL**  
 Mise à jour de la web Pyrénées hiver  
 Bannière fixe sur la home du site  
<https://www.bthetravelbrand.com/>  
 Date: du 27/11/2024 au 30/03/2025

**WEBSITE MARSOL**  
 (pour les agents de voyage)  
 Espace en rotation sur la home de  
<https://www.marsol.com/>  
 Du 25/11/2024 au 30/3/2025

**ECRANS DES AGENCES DE VOYAGE**  
 2 semaines en décembre  
 3 semaines en janvier  
 3 semaines en février  
 2 semaines en mars

**NEWSLETTERS B2B :**  
 11/12/2024 et 8/1/2025

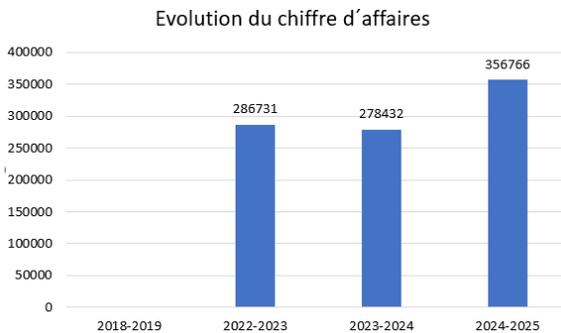
### Sites externes

**1<sup>ère</sup> vague : Campagne digitale programmatique et pré-roll**  
 du 20/11 au 4/12/2024

**2<sup>ème</sup> vague : Tik Tok**  
 Du 10/12 au 24/12/2024

**3<sup>ème</sup> vague : native ads**  
 Du 20/1 au 3/2/2025

**Emission radio dédiée d'1 heure du programme voyages de Radio Marca**  
**« Paralelo 20 »**  
 11/1/2025



### La conversion



**P**aralelo 20 es un caramelo con el que los amantes de los viajes saciamos, semana a semana, nuestra pasión por devorar el mundo. Marcial Corrales y todo su equipo, demuestran que con algo tan sencillo como una radio se puede soñar, ser felices y dar la vuelta al planeta. Desde que Cristóbal Colón cruzó el paralelo 20 iniciando una de las aventuras más relevantes de la humanidad, el mundo comenzó a estar más cerca. Cada sábado y domingo, un equipo formado por profesionales del sector turístico, periodistas y

sobre todo viajeros, nos traen el mundo de los viajes y el turismo con una narrativa diferente.

### Programme Radio Marca

# Axe 2 : Promouvoir – Hiver 24/25 – international

## La participation collective à Destination Montagne

Grand Ski organisé par Atout France à Grenoble • 28/29 janvier 2025

Rencontres Tours Opérateurs Internationaux

Organisation d'un Espace COLLECTIF Pyrénées de 30M2

Participation de partenaires stations et territoires sur tout le massif

N'PY La Compagnie des Pyrénées . Piau-Engaly . Grand Tourmalet /  
Pic du Midi . Peyragudes . Caunterets . Saint Lary/ Altiservice . Hautes-Pyrénées  
Les Angles . Ax 3 Domaines

Un rendez-vous central dans la stratégie BtoB de commercialisation des stations et des territoires à l'international



## Participation au projet Européen POCTEFA ENJOYPYR :

L'Agence des Pyrénées est pilote du work package promotion

5 partenaires : Agence Catalane de Tourisme - cheffe de file -, Gouvernement de Navarre - ADT Ariège - ADT Pyrénées Orientales – Agence des Pyrénées pour un budget total de 1M€ sur 3 ans environ, subventionné à 65% FEDER INTERREG.

L'objectif principal du projet est de **créer, promouvoir et commercialiser** une dizaine d'itinéraires **transfrontaliers valorisant le patrimoine matériel et immatériel des Pyrénées**, en associant étroitement des agences réceptives locales dans un partenariat public-privé afin de créer des offres adaptées à la demande et durables.

Les étapes du projet : argumentaires de promotion des Pyrénées en transfrontalier, plan marketing, travail de structuration des offres, promotion des offres transverses et transfrontalières

Séminaire de travail à Foix organisé par l'ADT Ariège Novembre 2024



## Axe 2 : Promouvoir – La marque Pyrénées



La marque Pyrénées est **une marque de territoire**. Son but est de créer une image homogène et positive des Pyrénées et de **porter des projets utiles au territoire**. La marque Pyrénées s'intéresse à toutes les facettes des Pyrénées : **vie quotidienne, vie culturelle, vie des entreprises, produits du terroir, expériences touristiques, hospitalité...**

**Agence des Pyrénées & Agora : Un an après, où en sommes-nous ?**

La marque Pyrénées fédère désormais une communauté dynamique de plus **de 200 Valeureux Influenceurs Pyrénéens**, engagés pour faire rayonner le territoire.

### ✓ La marque un levier de création de valeurs des filières pyrénéennes

La marque est un véritable moteur de création de valeur pour les acteurs du secteur, ainsi que pour l'artisanat, l'agriculture et l'agroalimentaire, culturel. Un exemple concret : la structuration de la filière vélo avec le collectif des [Façonneurs de Vélo Pyrénéens](#).

### ✓ Des temps d'échange et de structuration

•Premier séminaire de travail organisé le **25 avril 2024**

•Deuxième séminaire en **octobre 2024**, axé sur des ateliers de travail. Parmi les thématiques : le développement d'un événement éco-responsable, partage d'idées autour d'un événement fédérateur Pyrénéen.

### ✓ Une intégration renforcée dans la promotion touristique réalisée par l'Agence et le développement de son usage par certains partenaires

### ✓ Un développement des utilisations de la marque

Accès aux [outils et ressources](#) sur le site de la marque.



[En savoir plus en regardant la vidéo](#)



## **Axe 3 : Fédérer Les Pyrénées**

## Axe 3 : FEDERER : **Pyréneo**

Cet événement a pour objectif de développer **la notoriété** du massif des Pyrénées, valoriser les **démarches innovantes** et **animer un réseau d'acteurs pyrénéens**.

C'est de cette ambition partagée que **Pyréneo : le grand rendez-vous des acteurs pyrénéens** est né.

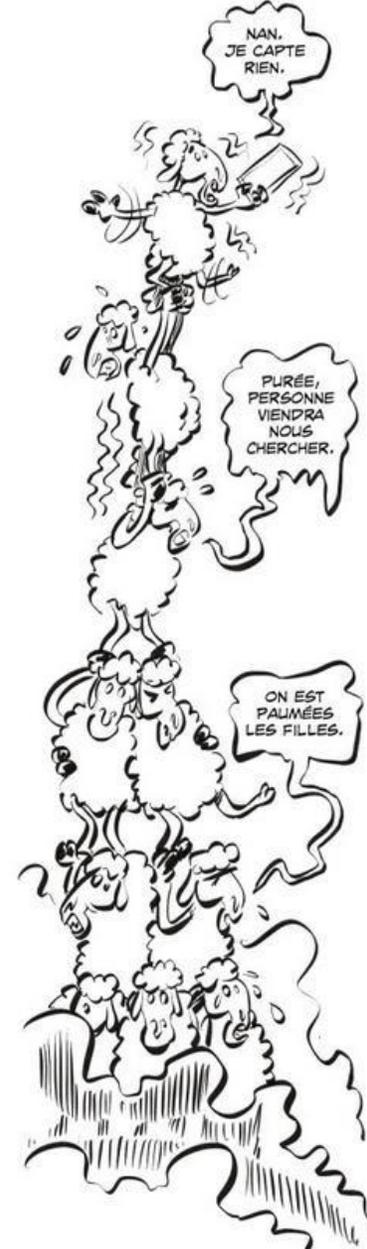
Cet événement est l'opportunité de **réunir une large communauté pyrénéenne** pour nourrir une **réflexion** à travers des témoignages, des ateliers de travail et des temps d'échanges, **réfléchir à des enjeux intersectoriels** et **mettre en avant les démarches innovantes**.

Pour la **4<sup>ème</sup> édition** le thème était : **la relation homme – nature – territoire**

- 500 participants sur les trois jours
- 9 visites d'entreprises
- 1 plénière
- 7 ateliers participatifs
- Un temps de travail autour des Pyrénées en 2040



L'IMPORTANCE  
DU NUMÉRIQUE



# L'AGENCE DES PYRÉNÉES **Axe 3 : FEDERER : Les événements de l'Agence**

Jeudi 25 janvier 2024 - **La deuxième édition de Change Makers**

Jeudi 29 février 2024 - **La troisième édition de Change Makers**

Mardi 19 mars 2024 - **Le projet Poctefa PITON (Pyrénées Innovation Transition Holistique de la Montagne**

Mercredi 27 mars - **Séminaire Stratégique de l'Agence des Pyrénées - Saint-Gaudens**

Mercredi 24 avril 2024 - **La quatrième édition de Change Makers,**

Mardi 28 mai 2024 - « **Parlons développement économique en Haute Vallée de l'Aude** » co-organisé par EDF une rivière un territoire et **l'agence**

Lundi 3 juin 2024 - **Rencontre des stations pyrénéennes et de leurs partenaires**

Jeudi 6 juin 2024 - **Rencontre des stations de montagne - à Ax-les-Thermes.**

Mardi 11 juin 2024 - **Rencontre 2024 des stations des Pyrénées - campus universitaire de Foix**

Jeudi 26 juin 2024 - **La rencontre des acteurs du vélo dans les Pyrénées co-organisé avec EDF une rivière un territoire et "chez Octave"**

Jeudi 27 juin - **5ème édition de Change Makers - Trinquet Pelka à Sare**

Mercredi 3 juillet - **Le Parlement de la Montagne de la Région Occitanie**

Vendredi 18 juillet prochain à 18h30 **L'association Agora Pyrénées - reprise de « Pyrénées Magazine » - dans les locaux de la pépinière Cap Delta**

Du 19 au 21 septembre - **Pyréneo 4ème édition - Saint-Gaudens**

Lundi 7 octobre 2024 - **Réunion des Directeurs-trices de stations pyrénéennes à la Maison de Région de Tarbes**

Vendredi 10 octobre 2024 - **Les Assises de l'agritourisme - Campus de Foix**

17 octobre 2024 - **deuxième séminaire Marque - Valeureux Influenceurs Pyrénéens**

Les 14 et 15 novembre 2024 - **3èmes Journées Tricolor**

Lundi 18 novembre 2024 : **Séminaire LIFE PYRENEES4CLIMA - Mairie de Saint Jean Pied de Port**

Jeudi 21 novembre 2024 - **Séminaire de terrain organisé par Back To Earth - Attractivité Territoriale**

29 novembre 2024 - **Rencontre des acteurs de la filière viande des Pyrénées et collectivités / ACAP dans les Pyrénées Audoises / Chambre d'Agriculture de l'Aude**

Mardi 3 décembre 2024 - **projet LIFE PYRENEES4CLIMA.**

Les 16 et 17 décembre 2024 - **Séminaire PITON (Station de la MOLINA en Catalogne)**

**La rencontre des acteurs de la filière viande**



**Rencontre Back To Earth - Attractivité territoriale**



**« Parlons développement économique en Haute Vallée de l'Aude »**



## **Axe 4 : Préserver les Pyrénées**

# Axe 4 : PRESERVER : Le projet POCTEFA PITON

## Lancement du projet innovant PITON :

- Consortium de 10 partenaires, dont 6 français (ADP, ISTHIA, CD66, CCCP, REPV, 2TM), 3 espagnols (FGC, ACT, INEFC), et 1 Andorran (ARI) 3 partenaires transversaux (ADP, ISTHIA, SMC GS) pour un budget total de 1 937 778 € sur 3 ans.
- Face aux vulnérabilités des territoires de montagne face au changement climatique, PITON vise à expérimenter une nouvelle approche de la relation territoire – station(s) de montagne pour mobiliser l'ensemble des parties prenantes, engager une trajectoire commune et initier des changements.
- Temps forts 2024 :
  - lancement à Foix en mars 2024 ;
  - séminaire technique à Foix en novembre 2024 ;
  - 1<sup>er</sup> séminaire territorial à La Molina en décembre 2024 ;

## La consolidation de la méthodologie :

- Recrutement d'une AMO pour l'appui méthodologique et le suivi de l'animation des ateliers de Design Fiction ;
  - Etat des lieux systémiques dans les territoires pilotes ;
  - Préparation de la phase de concertation des territoires en formant les « focus-group » locaux avec les référents territoriaux
- 
- En 2024, PITON a représenté un budget de 61 890,26 € (déclaration dépenses) pour l'ADP
  - Sur l'ensemble du projet (période de janv 2024 à déc 2026) le budget global pour l'ADP est de 279 056,59 € (dont 181 386,00 € de financement POCTEFA)



## Axe 4 : PRESERVER : Le projet LIFE Pyrenees4clima

Projet Life Pyrenees4clima : Mobilisation des acteurs et lancement des actions.

### Economie de montagne adaptée :

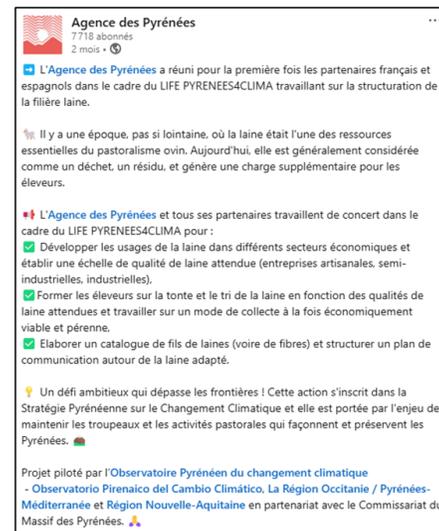
- **Lancement des actions** sur le territoire du **pays-basque intérieur** (64) - ciblage sur la zone Iraty – Soule et sur le département des **Pyrénées Orientales** (66) :
  - **Projections d'enneigement dans les stations pyrénéennes** (deux profils : stations de ski alpin et espaces nordiques)  
Objectif en 2025 sur chacun de ces deux territoires : Mise en place d'un Comité Technique local, suivi et coordination des actions
- **Lancement des actions concernant le Tourisme Circulaire** sur le territoire Lourdes-CCPVG : réunion d'information le 17 juillet 2024 à la Mairie de Lourdes et réunions de travail régulières autour de la préfiguration d'un Incubateur d'Innovation Touristique



Réunion des partenaires du projet et les parties prenantes locales à Saint-Jean-Pied-de-Port le 18 novembre 2024 : Tourisme (station de moyenne montagne), Pastoralisme, Filière Forêt-Bois



Réunion des partenaires du projet et les parties prenantes locales à Saint-Gaudens et en Visio (3 décembre 2024) : Valorisation des laines pyrénéennes



### Action Laine (Life Pyrenees4Clima) :

- Etudier le développement des usages des laines pyrénéennes dans différents secteurs économiques ciblés
- Elaborer des contenus de formation spécifiques à destination des éleveurs autour de la tonte, du tri et de la collecte de laine
- Etablir une communication spécifique valorisant les fils de laine pyrénéens pour investir le secteur textile de manière plus forte
- Mise en place d'un Comité Technique Transfrontalier intégrant l'ensemble des acteurs de la chaîne

# Axe 4 : PRESERVER : AMI Gestion des flux

## Une réponse pyrénéenne aux enjeux de gestion des flux

- Lauréat de l'AMI ATOUT FRANCE Gestion des flux touristiques
- 3 partenaires transversaux (ADP, ISTHIA, SMCGS) pour accompagner cinq territoires pilotes :
  - Canigo,
  - OGS Montségur,
  - Massif Pyrénées Ariégeois,
  - Cirques et Vallées de Gavarnie,
  - Montagne Béarnaise
- Un changement de regard pour le tourisme comme facteur de développement raisonnée des territoires

## En 2024, la définition d'un cadre commun en vue d'expérimentations locales

- 3 séminaires en 2024 (Foix-09 juin, Prades-66 novembre et Bénéjacq-64) et 2 début 2025 (Montels/Montségur-09 janvier et Gavarnie-65 en avril) ;
- Approche renouvelée de la gestion des flux par la notion de « seuil d'équilibre » ;
- Application aux territoires pilotes pour 5 expérimentations répondant à des problématiques spécifiques, accompagnés par des formations-développement en vue de leur déclinaison en plan d'actions
- Fin du projet en décembre 2025





# Axe Transversal

# L'observation de la fréquentation touristique

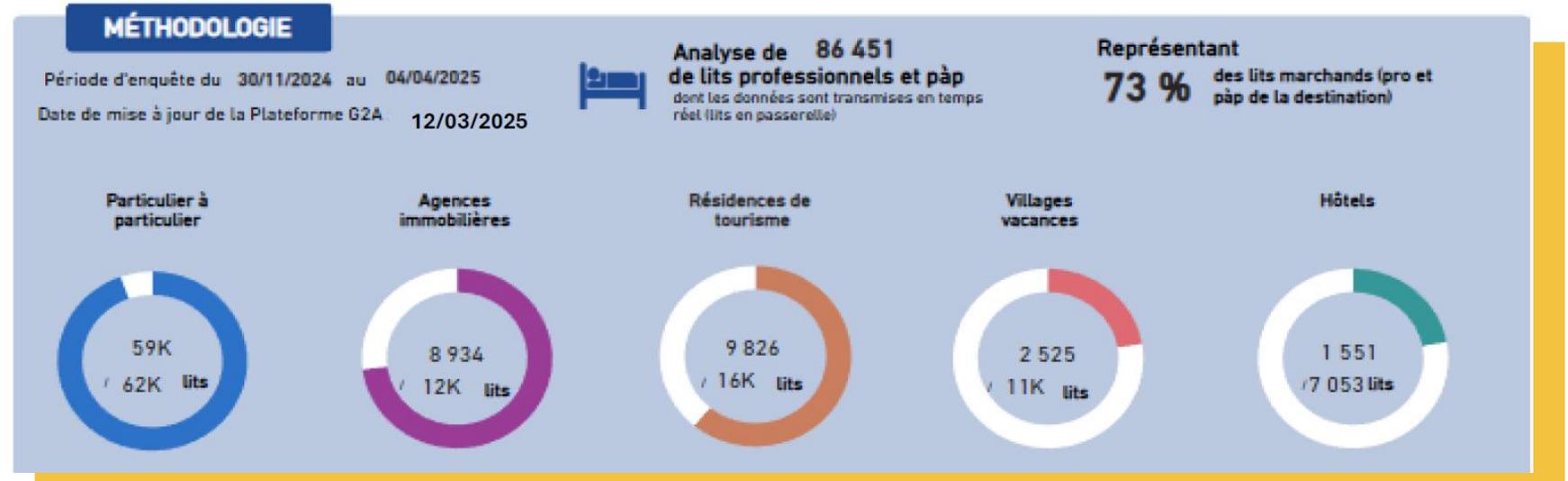
## L'observatoire Agence des Pyrénées / G2A : LE PANEL PYRENEES

18 DESTINATIONS PARTENAIRES DE L'OBSERVATOIRE - stations et territoires de montagne

Un potentiel de 86500 lits professionnels observés - Une observation toute l'année

Cauterets, Barèges, Tourmalet Pic-du-Midi, Pyrénées 2 Vallées : Piau-Engaly, Saint-Lary, Peyragudes-Loudenvielle, Val Louron et les vallées, la Haute-Ariège : Vallée d'Ax, Les Cabannes, Auzat et Donezan, Pyrénées Cathares, Pyrénées Catalanes : Font-Romeu Pyrénées 2000, Les Angles et les villages, Vallée d'Ossau :Gourette et Laruns-Artouste.

En 2024, l'observatoire se développe avec 4 nouvelles destinations qui viennent rejoindre le panel : Syndicat mixte Canigo grand site, Conflent Canigo, Haut Vallespir et Roussillon Conflent



# L'observation de la fréquentation touristique

## L'observatoire Agence des Pyrénées / G2A : LE PANEL PYRENEES

L'observatoire est **un outil mutualisé à l'échelle du massif**, qui s'inscrit en complémentarité avec les outils d'observation des partenaires

Il est composé de 2 dimensions :

- **L'observation de la fréquentation** (G2A taux d'occupation, nuitées)
- **L'observation des flux** (données flux vision orange, profils de visiteurs)

Pour chaque territoire, il représente :

- **un outil opérationnel, en temps réel, pour voir le prévisionnel de fréquentation, anticiper et déclencher des actions de promotion et de commercialisation**
- **un outil d'animation du territoire : socio professionnels**
- Un outil d'information pour les élus, journalistes, investisseurs...

A l'échelle du massif au niveau de l'Agence des Pyrénées, après consolidation des données, il représente :

- un outil pour alimenter les réflexions en termes de **stratégie de promotion** de la destination Pyrénées au global
- **un outil de prospective, d'analyse, d'animation, d'évaluation et d'aide à la décision notamment pour les politiques publiques**
- Un outil d'information pour les journalistes, investisseurs...



# L'observation de la fréquentation touristique

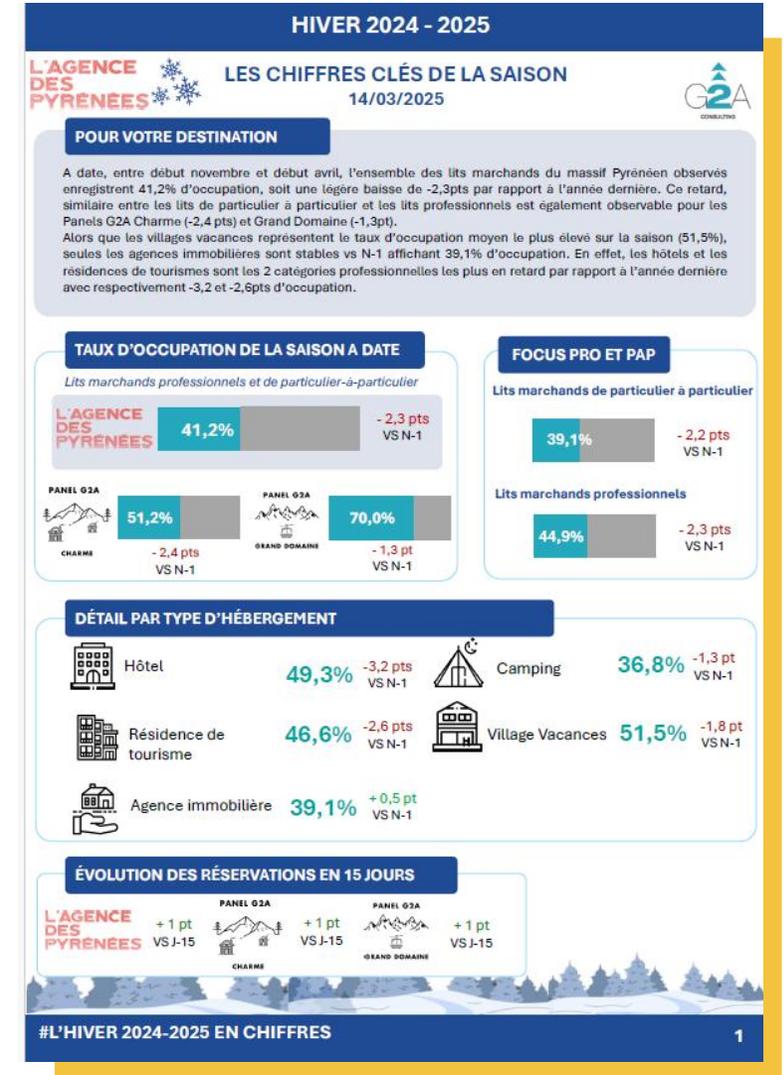
## L'observatoire Agence des Pyrénées / G2A : LE PANEL PYRENEES

### LES SUPPORTS ET BILANS :

- **Les infographies** : des bilans synthétiques et visuels en cours de saison, 6 infographies / an
  - Des infographies pour chaque destination
  - Des infographies consolidées massif des Pyrénées
- **Les bilans de saison** – Hiver et Eté
- **Des animations sur les territoires** : réunions de lancement de saison, de présentation des résultats et bilans de saison

Un groupe de travail avec les partenaires de l'observatoire se réunit 1 à 2 fois par an pour analyser les bilans, partager les données, notamment au moment des bilans de saisons et travailler collectivement pour faire évoluer l'outil.

Les données de l'observatoire sont également présentées dans le cadre de la **commission promotion communication de l'Agence** qui se réunit 2 fois par an et elles **alimentent les observatoires de partenaires** par exemple le CRTL Occitanie pour le périmètre massif des Pyrénées.



# L'observation territoriale

L'observation (*centre de ressources*) est au cœur même de la création de l'Agence.

Cet observatoire a pour vocation d' « Observer, veiller aux évolutions du territoire ».

L'Agence se donne pour mission d'**analyser, anticiper et accompagner les évolutions du territoire**. En valorisant la connaissance des Pyrénées et en produisant du contenu stratégique, elle inscrit son action dans une dynamique prospective.

Chaque année, l'observatoire explore des thématiques clés et développe une nouvelle étude ou un outil d'aide à la décision, répondant aux enjeux du massif et aux priorités de l'Agence.

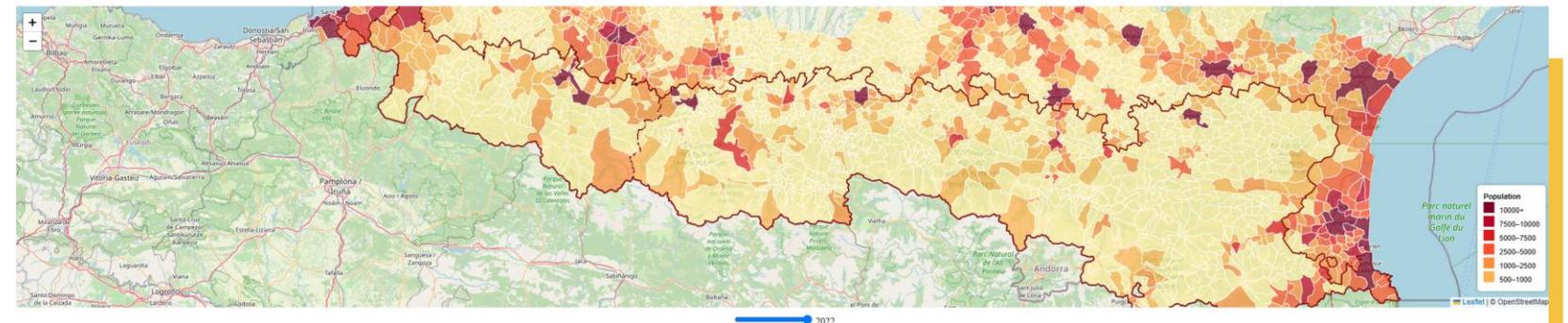
Aujourd'hui, les fondations de cet observatoire se construisent autour de deux piliers essentiels :

- ◆ **La création d'un jeu de données clé** sur les Pyrénées (population, économie, etc.).
- ◆ **L'élaboration d'une méthodologie adaptée** pour structurer et pérenniser l'observation territoriale.

Cette action a vocation à se poursuivre en 2025.

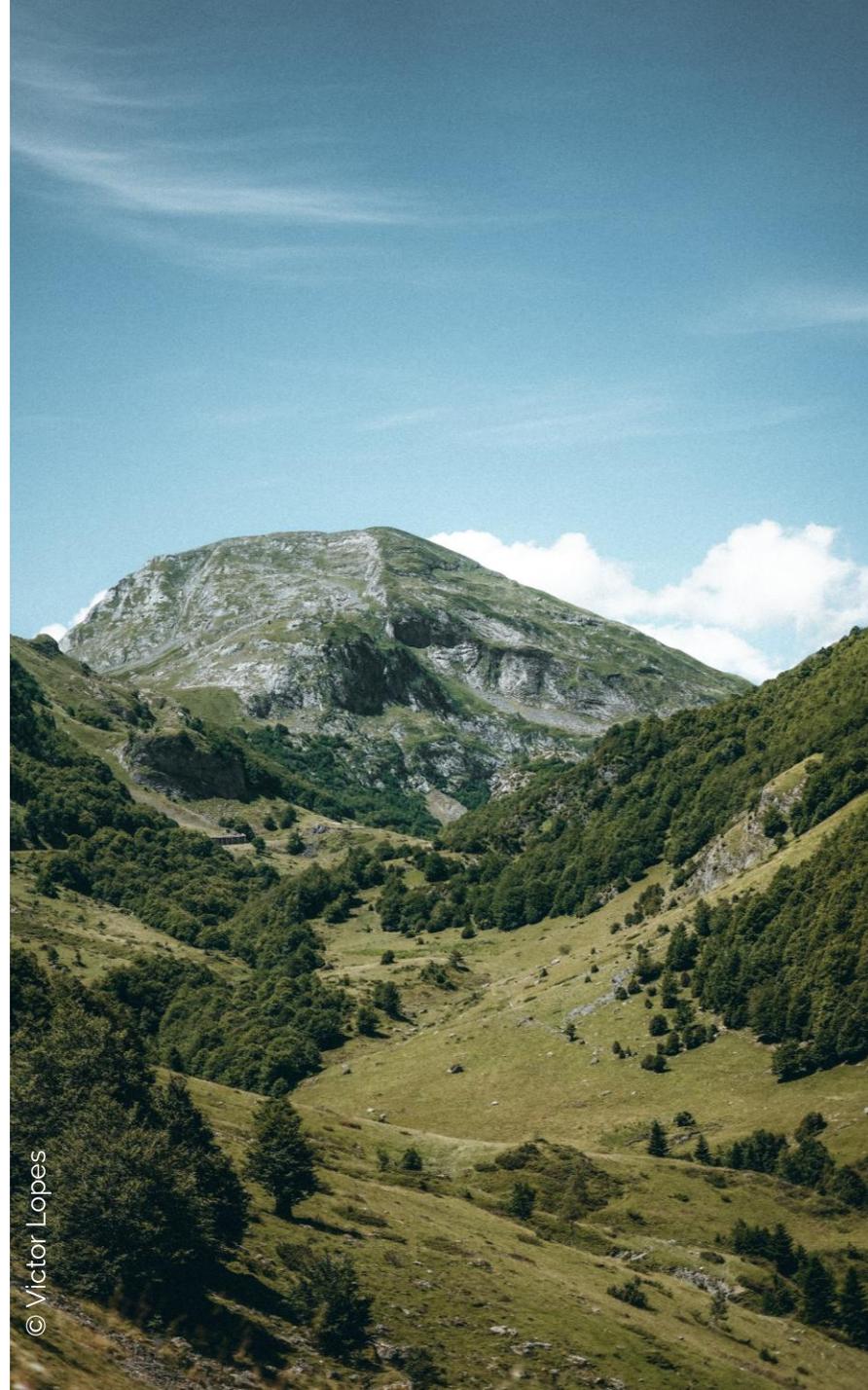
✚ [En savoir plus](#)

Évolution Démographique des Pyrénées

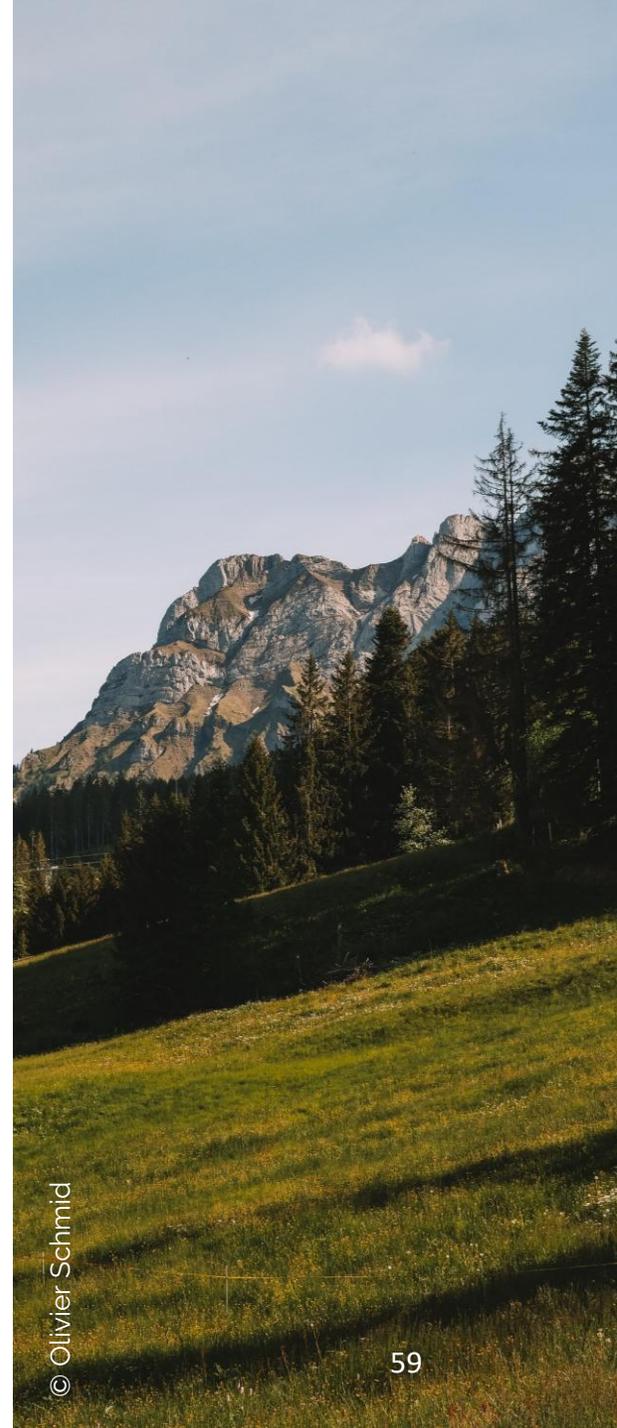




© Dina Spencer



© Victor Lopes



© Olivier Schmid

# L'AGENCE DES PYRÉNÉES



[www.agencedespyrenees.com](http://www.agencedespyrenees.com)



<https://pyrenees-a-velo.com/>



<http://marque-pyrenees.fr>



7 place du maréchal Juin 31800 Saint-Gaudens



05 61 13 55 68



[contact@agencedespyrenees.fr](mailto:contact@agencedespyrenees.fr)