



Hérault Tourisme



Pays Cœur d'Hérault

Zoom territorial d'accueil des camping-cars sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault

Rappels : Objet et déroulé de la mission

Objet de la mission

Le Département de l'Hérault constitue une destination très attractive pour la clientèle camping-cars et vans aménagés, avec une demande croissante. Suite à une étude stratégique menée en 2019, Hérault Tourisme accompagne le développement de cette filière sur l'ensemble du département.

Les acteurs du Pays Cœur d'Hérault ont identifié des enjeux spécifiques sur leur territoire, portés notamment dans les plans de gestion des trois Grands Sites de France labellisés (Cirque de Navacelles, Saint Guilhem Vallée de l'Hérault et le Salagou). Une concertation technique a été initiée à l'échelle du territoire.

Objectif stratégique

L'objectif de cette mission est de doter le Pays Cœur d'Hérault d'une stratégie commune d'accueil des camping-cars et vans aménagés afin d'optimiser la qualité d'accueil, l'insertion paysagère et d'influer sur l'équilibre territorial. Il s'agit de porter une vision partagée des enjeux, d'identifier les sites à aménager, les services à développer et de dresser une feuille de route opérationnelle.

Cette stratégie, confiée à MLV Conseil, sera suivie d'une étape opérationnelle portée par le Pays, s'appuyant sur des fonds LEADER pour accompagner les porteurs de projets identifiés.



Sommaire

01

Cadre de référence et évolutions du secteur

Tendances nationales et européennes du marché - Enjeux environnementaux et réglementaires

03

Schéma d'organisation et orientations stratégiques

Principes directeurs du schéma - Présentation des 7 typologies d'aires

05

Hiérarchisation et feuille de route opérationnelle

Hiérarchie des priorités - Calendrier prévisionnel (2026–2031)

Annexes

- Fiches typologies des aires

02

Diagnostic territorial du Pays Cœur d'Hérault

Cartographie de l'offre existante - Analyse qualitative - Problématiques identifiées

04

Déclinaison territoriale

Lodévois-Larzac, Vallée de l'Hérault, Clermontais : enjeux, cartes, priorités

06

Valorisation et communication de l'offre

Diagnostic actuel - Objectifs à atteindre - Outils opérationnels



Chapitre 1

Cadre de référence et évolutions du secteur

Ce premier chapitre établit le cadre de référence actualisé concernant le marché des camping-cars et vans aménagés, l'évolution des véhicules et des pratiques, les tendances de la demande, ainsi que les aspects réglementaires. Cette mise à jour des données de l'étude de 2019 permet de comprendre les dynamiques actuelles du secteur et d'identifier les enjeux spécifiques pour le territoire du Pays Cœur d'Hérault.

Tendances nationales et européennes du marché

De quoi parle t'on ?

Camping-cars traditionnels

Une offre de plus en plus sophistiquée en matière de confort sous des formats variés (capucine, intégral, profilé – le plus vendu)

Vans et fourgons aménagés

La catégorie des vans (compact ou avec toit relevable) et des fourgons aménagés : en plein essor

Autres formats

Voitures aménagées (couchage intérieur ou sur le toit) et très grands formats (camping-cars avec garage intégré, remorque..)

Une diversité de véhicules pour des attendus tout aussi divers

Quel est le marché ?

Le marché Européen est estimé à 2,5 M de véhicules. L'Allemagne reste de loin le 1er marché de véhicules de loisirs (+40 % des immatriculations européennes de camping-cars et de vans neufs).

Le 2nd marché reste la France avec + de 25 000 nouveaux véhicules par an vendus en France (hors utilitaire transformé). Le van est majoritaire. 40% des vans achetés en neuf constituent un premier achat.

Le marché de l'occasion, malgré une légère baisse, se porte toujours bien : + 69 000 véhicules vendus par an.

Le marché français est estimé à + 500 000 véhicules en circulation sur tout le territoire. Pour environ 1,4 million d'utilisateurs (source FFCC) dont 54% de camping-caristes français.

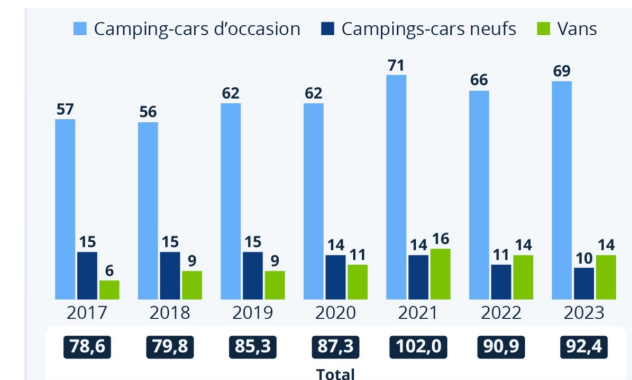
- Un secteur toujours en expansion, boosté par la pandémie et l'envie de voyager en toute sécurité
- Un secteur rajeuni par l'engouement autour du van aménagé. Un format qui révolutionne le secteur. Des primo-accédant à fidéliser
- Un marché qui progresse et des indicateurs au vert



Statistiques de ventes – novembre 2024 (UNI-VDL)

Cumul sur les 12 derniers mois	Novembre			Évolution	
	n	n-1	n-2	n/n-1	n/n-2
Camping-cars neufs incl. Vans	26 366	23 600	24 391	11,72	8,10
Camping-cars neufs	11 517	9 781	10 555	17,75	9,11
Vans	14 849	13 819	13 836	7,45	7,32
Camping-cars d'occasion	65 928	68 067	66 944	-3,14	-1,52

Evolution des ventes de véhicules de 2017 à 2023 (UNI-VDL)



Tendances nationales et européennes du marché

Les récentes études révèlent des évolutions

(Uni-VDL, FFCC, Camping-car Park)

Un glissement vers le bas de l'âge moyen avec l'arrivée de personnes plus jeunes et toujours en activité. L'âge moyen est de 57 ans. 1/3 des camping-caristes sont des actifs.

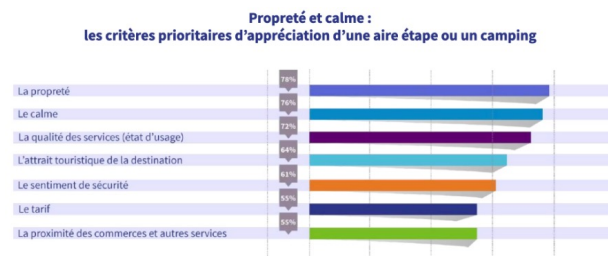
Le besoin de voyage déconnecté, de vivre des expériences, de sortir de sa zone de confort (essor du voyage en vélo, à pied)...

Un intérêt de plus en plus marqué pour les séjours à la campagne ou à la montagne.

Et des constances

- La liberté est le leitmotiv des camping-caristes.
- Le camping-car reste une affaire de couples (70%) et de famille (27%)
- La durée de séjour est estimée à une vingtaine de jours avec de plus en plus de séjours longs.
- La durée moyenne d'une halte est de 3,5 nuits

Le baromètre annuel produit par Camping-Car Park éclaire sur les attendus des usages des aires de camping-cars:



Source Camping-Car Park

Les activités pratiquées restent classiques (en saison estivale)

- Visites de villes et villages
- Randonnées, balade à pied,
- Vélo, cyclotourisme
- Achats de dégustation de produits du terroir
- Participations à des festivals, événements sportifs majeurs
- Visite dans la famille, chez des amis..

Le budget moyen, hors carburant et péage, est selon les études annoncé entre 40 € et 60 €/jour.

Les mois de juin et septembre sont plébiscités. L'accueil de camping-car permet véritablement une activité sur les ailes de saison.

La France reste une destination privilégiée pour les camping-caristes français avec trois Régions « coup de cœur » : La Nouvelle Aquitaine, la Bretagne et l'Occitanie.

Des attentes bien connues

L'aire de stationnement est la solution privilégiée par les français (56%) contre 34% pour les camping-caristes étrangers (vont privilégier le camping).

Le 1er critère de choix d'une aire reste sa **localisation** avec selon le contexte une variation importante d'attendus :

- Accès routiers et autoroutiers faciles (pour le transit)
- Vues et proximité d'espaces naturels
- Proches des commerces et des services

Et désormais une priorité disposer d'un bon raccordement aux itinéraires doux et/ou transport en commun.

Tendances nationales et européennes du marché

La mise en marché : une diversification

Terrains de campings

Ils déploient des prestations et services de plus en plus lisibles pour les camping-caristes : des aires en zone entrée, des places dédiées, des services techniques, des tarifs spécifiques. Certains opérateurs lancent leur marque : Huttopia (leader en camping nature) lance « OnlyPark » (14 aires).

Aires de services publiques

Plus ou moins mises en marché selon les destinations avec des efforts significatifs dans certains territoires (sites internet, cartographie ...)

Aires de services privées

Avec des mises en marché variable selon les opérateurs :

- Camping-Car Park : 1er réseau européen commercialise 600 aires en France et à l'étranger (150 aires en 2019) et dispose d'un réseau de 950 000 clients actifs
- AireServices commercialise sous la marque « AirePark » (aires payantes et gratuites)
- Les Parcs d'attraction : Puy du Fou (650 places), Futuroscope (480 places), Disney Paris (1 000 places)

Réseaux professionnels de l'agritourisme

- « France Passion » annonce 2 200 adresses (+ 200 depuis 2019) pour l'équivalent de 10 000 emplacements (gratuit ou payant)
- « Bienvenue à la Ferme » : 280 exploitants (sur les 8 000) proposent des emplacements camping-car.
- Le label « Vignobles et Découvertes ».

Récemment, l'initiative BIVOUACS by Huttopia : une commercialisation de spots d'exception (100 en 2024) proposant une « immersion dans un espace naturel préservé ». Des terrains privés. Une offre réservée aux vans et fourgon. Pas plus de 2 véhicules en simultané et pour 2 nuitées maxi. Coût 20€/nuit en hiver et 30€ en juillet/août.

 **CAMPING-CAR** PARK


CONCEPTEUR FABRICANT INSTALLATEUR GESTIONNAIRE




Etapas gourmandes et chaleureuses





Tendances nationales et européennes du marché

Segmentation des clientèles et supports de communication

Les camping-caristes traditionnels continuent à avoir fortement recours au « bouche à oreille » (recommandations amis/familles), à la presse magazine (Camping Car Magazine), aux associations et club (FFACCC, club régionaux, clubs de marques – exemple Bavaria et Pilote) ...

Les nouveaux usagers vont systématiquement avoir recours au numérique avec les réseaux sociaux (Instagram, Youtube ...) et des Appli dédiées :

- Park4night est la plus connue (application gratuite et collaborative avec version payante disponible)
- Aire C.Car (développée par Camping-car Magazine)
- Camping-car en Ville (possibilité de stationner dans des parkings inoccupés type établissements scolaires...)
- i-campingcar.fr ...



Alternatives à la marge

- des loueurs spécialisés : blacksheep Camper,
- des locations entre particuliers via des plateformes collaboratives (Yescapa, wikicampers, Leboncoin...)
- des locations partagées de véhicules : Camping-Quart ...



Enjeux environnementaux et réglementaires

De nouvelles tendances qui font évoluer le profil des usagers :

1

Des camping-cars de plus en plus sophistiqués

Les constructeurs multiplient les avancées en termes de modularité et de confort avec le lit central, la climatisation, les boîtes de vitesse automatique, les panneaux solaires, le pack multimédia ...

Une autonomie énergétique qui progresse (eau, électricité).

Un confort phonique et thermique qui permet le « 4 saisons »

Des véhicules plus imposants.



2

L'arrivée sur le marché des vans et fourgons aménagés

Un multi usage : domestique, travail et vacances.

Ainsi de nouveaux usages émergent : utilitaire pour transporter le matériel de sport de nature, logement ponctuel, digital nomade (le camping-car comme bureau mobile).

Avec pour incidence, une autre clientèle, tout à fait différente, qui ne prend plus le camping-car comme une maison secondaire mobile, mais comme un véhicule pour se faire plaisir.

Des profils beaucoup plus hétérogènes se dessinent avec l'arrivée de personnes plus jeunes et toujours en activité.

Des véhicules moins autonomes (sanitaire) et en même temps une pratique plus aventureuse. Les « vanlifers » se développent.



3

Le défi à relever : les véhicules propres

L'arrivée des camping-cars électriques est très timide, l'autonomie reste limitée et les prix de vente élevés.

Cette transition indispensable se traduit par l'installation de batteries alourdissant considérablement les véhicules.

Une réforme est en cours (déjà validée par le Parlement européen) pour une extension du permis B jusqu'à 4,25 tonnes (actuellement 3,5).

Les camping-cars électriques deviendront ainsi accessibles sans formation additionnelle.



Enjeux environnementaux et réglementaires



Intégration paysagère

La conception d'aire bénéficiant d'un vrai programme d'intégration paysagère et d'exigences environnementales se fait rare.

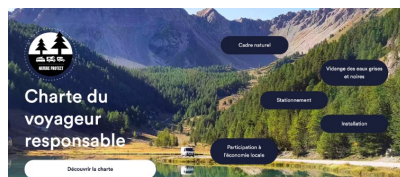
Souvent intégrés dans les études de conception, ces enjeux se heurtent en phase décisionnelle aux coûts de mise en œuvre et au choix budgétaire.

Le langage routier demeure et l'aire encore trop souvent conçue comme un substitut de parking.

Solutions au cas par cas

La création d'aires éphémères (proposées par le réseau Camping-car Park) pour répondre à des flux ponctuels issus de manifestations, événements culturels ou sportifs ...

Ces aires intègrent des bornes, des barrières, des automates de paiement (pas de raccordement eau/électricité). Elles fonctionnent en réseau avec les aires d'étapes existantes sur le territoire.



Appli Park4night



Paysagement des aires

Des efforts notables sont à signaler avec des plantations (offrant de l'ombrage), des plantations limitant l'impact visuel, recours au bois ...

Sensibilisation des usagers

Les messages de respect des lieux et de traitement des déchets ont depuis toujours été portés par les Fédérations.

Désormais les opérateurs de mise en marché affichent ces recommandations.

Exemple: **Park4night**.



Road trip

Conseils pratiques

Inspirations

Actualités

Accueil / Conseils pratiques / Sur la route / Gestion de l'eau en camping-car : économie et préservation des ressources

Gestion de l'eau en camping-car : économie et préservation des ressources

DÉBUTANT EN CAMPING-CAR / ÉCO-RESPONSABLE / PRÉPARER SON VOYAGE / UTILISATION DU CAMPING-CAR
Chaque petit geste compte



Gestion des fluides

Dans un souci de préservation des ressources, apparaissent sur le marché : - des limiteurs d'eau pour les douches, - des dispositifs de filtration de l'eau, - des bornes électriques connectées intelligentes avec les surconsommations facturées.

Le camping-car comme choix écologique

En privilégiant le tourisme de proximité (staycation) aux voyages en avion, en évitant des allers-retours (« *votre camping-car c'est votre logement, votre cuisine, votre moyen de transport, tout en un !* »), en maîtrisant ses fluides (bien moindre que dans tout type d'hébergement touristique), en consommant localement ... le tourisme en camping-car est annoncé **éco-responsable**.

Enjeux environnementaux et réglementaires



Le camping-car est à la fois
véhicule et hébergement.

Un véhicule :

Généralement de catégorie M1 (voiture particulière de – de 3,5T)
Circule et stationne selon les règles applicables aux véhicules de même catégorie
Le code de la route s'applique

Un hébergement :

Stationne selon les réglementations liées à l'activité de camping : le Code du Tourisme s'applique
Le code de l'urbanisme s'applique
Des conditions très encadrées en sites inscrits et classés et dans les espaces naturels.

Un camping-car peut stationner partout si :

- Les 4 roues sont posées au sol : aucune calle, ni vérins...
- Il respecte le gabarit, stationnement non gênant et non dangereux, avec un maximum de 7 jours sur voie publique ou 3 mois sur terrain privé,
- Il n'y a pas d'acte de camping : déballage (table, chaises, auvents, linge ...) ,
- Aucune installation ne déborde du véhicule : toit ouvert, store ouvert, marche pied sorti ...

Il est aussi possible de vivre ou de dormir dans un véhicule sous réserve d'aucune nuisance sonore, pas d'évacuation d'eau, ni stockage de déchets.

Au regard de la fiscalité, on retiendra :

- Le tarif de l'aire de camping-car est soumis au taux de TVA de 20%
- La perception de la **taxe de séjour** est en vigueur depuis le 1er janvier 2015 sur les aires d'accueil payantes.



Chapitre 2

Diagnostic territorial du Pays Cœur d'Hérault

L'offre existante

25

Campings

Sur le territoire du Cœur d'Hérault

- 15 dotés d'emplacements spécifiques camping-cars

12

Aires dédiées

Pour le stationnement des camping-cars

Dont 6 dotées de services (vidange, point d'eau) ;
4 aires payantes

11

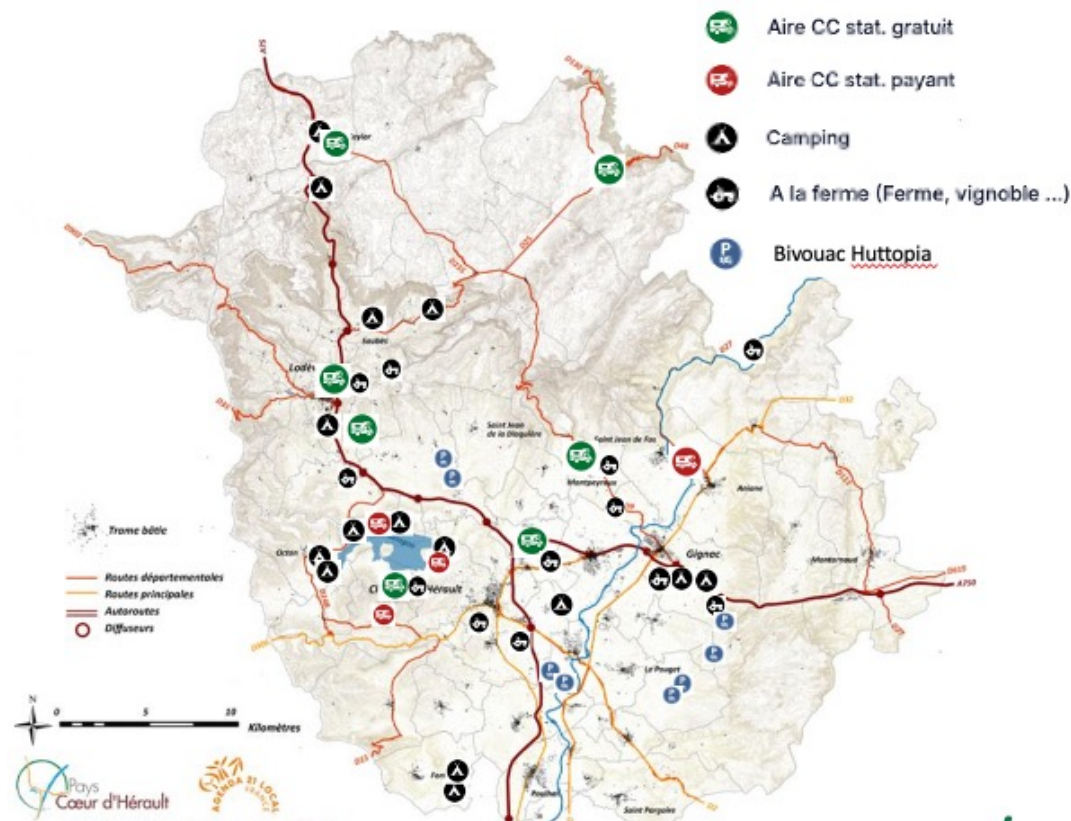
Socio-professionnels

Identifiés (réseau France Passion)

8

sites Evazion

(Bivouacs by Huttopia)



Le territoire du Pays Cœur d'Hérault dispose d'une offre d'accueil diversifiée mais inégalement répartie.

Les 25 campings et 11 aires dédiées constituent l'essentiel de l'offre structurée, complétée par quelques sites affiliés à des réseaux spécialisés comme France Passion ou Evazion (Bivouacs by Huttopia).

L'offre existante

Campings municipaux et privés

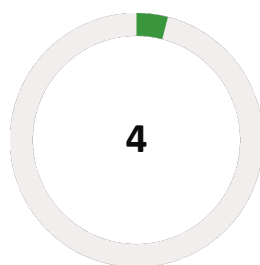
Le Pays compte 25 établissements de camping proposant un accueil pour les camping-cars, avec des niveaux de service et d'équipement très variables. Cette offre constitue l'un des piliers de l'hébergement touristique pour cette clientèle.

Territoire	NOM DE L'OFFRE	CODE POSTAL	COMMUNE	CLASSEMENT	Equipement - services
OT DU CLERMONTAIS	CAMPING LES RIVIERES	34800	CANET	4 étoiles	Aire de service camping car, Emplacement camping car,
OT LODEVOIS ET LARZAC	CAMPING LE MAS DE RIRI	34700	CELLES	Non classé	Emplacement camping car,
OT DU CLERMONTAIS	CAMPING CLUB LAC DU SALAGOU	34800	CLERMONT-L'HERAULT	4 étoiles	Aire de service camping car, Aire de stationnement camping-cars,
OT ST GUILHEM VALLEE DE L'HERAULT	CAMPING PARADIS FAMILY LES RIVES DE L'HERAULT	34150	GIGNAC	4 étoiles	Aire de service camping car, Emplacement camping car,
OT ST GUILHEM VALLEE DE L'HERAULT	CAMPING DU PONT	34150	GIGNAC	3 étoiles	Emplacement camping car,
OT LODEVOIS ET LARZAC	CAMPING LES VALS	34700	LODEVE	3 étoiles	Aire de stationnement camping-cars, Emplacement camping car,
OT LODEVOIS ET LARZAC	CAMPING ONLYCAMP LES VAILHÉS	34700	CELLES	2 étoiles	Aire de service camping car, Aire de stationnement camping-cars,
OT DU CLERMONTAIS	CAMPING VILLAGE DU BOSC NATURISTE	34800	OCTON	2 étoiles	Aire de service camping car, Aire de stationnement camping-cars,
OT LODEVOIS ET LARZAC	CAMPING DES SOURCES	34700	SOUBES	3 étoiles	Emplacement camping car,
OT DU CLERMONTAIS	CAMPING LES ARCADES "AIRE NATURELLE"	34800	OCTON	Non classé	Camping-cars bienvenus sans emplacements spécifiques.
OT DU CLERMONTAIS	CAMPING L'EVASION	34320	FONTES	3 étoiles	Aire de service camping car, Aire de stationnement camping-cars, Emplacement camping car, ,
OT DU CLERMONTAIS	CAMPING LES CLAIRETTES	34320	FONTES	3 étoiles	Emplacement camping car,
OT LODEVOIS ET LARZAC	CAMPING MUNICIPAL VACQUERIE	34520	LA VACQUERIE-ET-SAINT-MARTIN-DE-CASTRIES	Non classé	Aire de service camping car,
OT LODEVOIS ET LARZAC	LES 4 TEMPLIERS	34520	LE CAYLAR	3 étoiles	Aire de service camping car, Aire de stationnement camping-cars,
OT LODEVOIS ET LARZAC	LES BARASQUETTES - CAMPING	34700	PEGAIROLLES-DE-L'ESCALETTE	Non classé	Aire de stationnement camping-cars, Emplacement camping car,
OT ST GUILHEM VALLEE DE L'HERAULT	CAMPING L'AFFENAGE	34230	LE POUGET	Non classé	Emplacement camping car,

L'offre existante

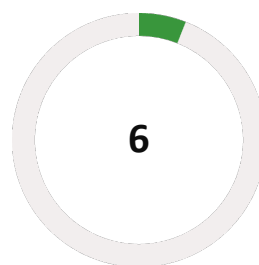
Aires de stationnement dédiées

Le territoire dispose de 12 aires spécifiquement aménagées pour l'accueil des camping-cars, avec des niveaux d'équipement et de services très variables.



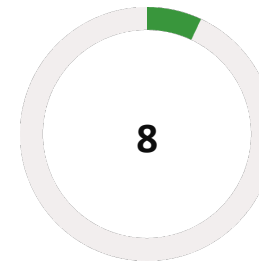
Aires payantes

Baie des Vailhes, Pont du Diable, Clermont l'Hérault, Mourèze



Aires avec services

Dotées de vidange et points d'eau



Aires gratuites

Territoire	Type d'offre	NOM DE L'OFFRE	CODE POSTAL	COMMUNE
OT LODEVOIS ET LARZAC	Aire de service	AIRE DE CAMPING CAR SALAGOU ONLYPARK	34700	LODEVE
OT LODEVOIS ET LARZAC	Aire de stationnement	AIRE DE CAMPING-CAR CAMPING LES PEUPLIERS	34700	LE BOSCH
OT ST GUILHEM VALLEE DE L'HERAULT	Aire de stationnement et de service	AIRE DE LA MAISON DU GRAND SITE	34150	ANIANE
OT ST GUILHEM VALLEE DE L'HERAULT	Aire de stationnement	AIRE PLACE ETIENNE SANIER	34150	ANIANE
OT DU CLERMONTAIS	Aire de stationnement	AIRE DE SALASC - CAMPING CAR	34800	SALASC
OT DU CLERMONTAIS	Aire de stationnement	AIRE DE MOUREZE - CAMPING CAR	34530	MOUREZE
OT DU CLERMONTAIS	Aire de service	AIRE DE SERVICE - LAC DU SALAGOU	34800	CLERMONT-L'HERAULT
OT ST GUILHEM VALLEE DE L'HERAULT	Aire de stationnement	AIRE DE STATIONNEMENT – MONTPEYROUX	34150	MONTPEYROUX
OT LODEVOIS ET LARZAC	Aire de stationnement	AIRE DE STATIONNEMENT CAMPING CAR LODEVE	34700	LODEVE
OT LODEVOIS ET LARZAC	Aire de stationnement	AIRE DE STATIONNEMENT DU CIRQUE DE NAVACELLES	34520	SAINT-AURICE-NAVACELLES
OT DU CLERMONTAIS	Aire de stationnement	AIRE DOMAINE DE L'ARGENTEILLE - CAMPING CAR	34725	SAINT-FELIX-DE-LODEZ
OT LODEVOIS ET LARZAC	Aire de service	L'AIRE DU CAYLAR	34520	LE CAYLAR

L'offre existante

Les socio-professionnels

Le territoire compte 11 socio-professionnels identifiés dans le réseau France Passion, offrant une alternative à l'hébergement traditionnel en privilégiant la découverte des productions locales et l'échange avec les producteurs.

Caractéristiques de l'offre socio-professionnelle

Capacité d'accueil

Stationnement limité à 5 emplacements maximum par site, conformément à la réglementation France Passion

Services proposés

Services restreints (principalement point d'eau), l'accent étant mis sur la découverte des productions locales

Modèle économique

Gratuité du stationnement compensée par les achats de produits locaux

TYPE	NOM DE L'OFFRE	CODE POSTAL (Prestation)	COMMUNE	Equipement - services activité sur place
Vente de vins au caveau	DOMAINE DE BRUNET	34380	CAUSSE-DE-LA-SELLE	Aire de service camping-car,
Vente de vins au caveau	MAS RENE GUILHEM	34800	CLERMONT-L'HERAULT	Accueil de camping-car.
Exploitation oleicole	MAS PALAT	34150	GIGNAC	Aire de service
Vente de vins	DOMAINE DE L'ARGENTEILLE	34725	SAINT-FELIX-DE-LODEZ	Accueil de camping-car.
Vente de vins	Clos de l'Amandaie	34230	AUMELAS	Accueil de camping-car.
Vente de vins	Domaine Mas D'agamas	34150	LAGAMAS	Accueil de camping-car.
Vente de vins	Domaine Aiguelière	34150	MONTPEYROUX	Accueil de camping-car.
Vente de vins	Domaine La Rouquette	34700	SAINT PRIVAT	Accueil de camping-car.
Monument historique	Prieuré Saint Michel De Grandmont	34700	SOUMONT	Accueil de camping-car.
Vente de vins	Mas Frigoulet	34700	LE PUECH	Accueil de camping-car.
Vente de vins, Oleiculteur	Les Terrasses Des Oliviers	34800	LIAUSSON	Accueil de camping-car.
Production de chanvre	Weedling's Finest	34800	ASPIRAN	Accueil de camping-car.

Cette offre socio-professionnelle représente un atout majeur pour le territoire, permettant de connecter les camping-caristes aux producteurs locaux et de valoriser les savoir-faire traditionnels. Elle constitue un levier important pour la désaisonnalisation et la répartition des flux sur l'ensemble du territoire.

L'offre existante

Un stationnement sauvage et non réglementé

Applications collaboratives

Multitude d'espaces identifiés sur Park4night et autres plateformes numériques.

L'analyse des données issues des applications collaboratives comme Park4night révèle un nombre considérable de points de stationnement non officiels référencés sur le territoire. Ces espaces, souvent situés dans des zones naturelles sensibles ou sur des parkings non adaptés, témoignent d'une demande non satisfaite par l'offre structurée existante.

La multiplication de ces points de stationnement informels pose plusieurs problématiques :

- Risques environnementaux liés à l'absence de services (vidange, gestion des déchets)
- Conflits d'usage avec les populations locales et autres usagers des espaces naturels
- Concentration excessive sur certains sites emblématiques, compromettant leur préservation
- Manque à gagner pour l'économie locale en l'absence de services marchands associés

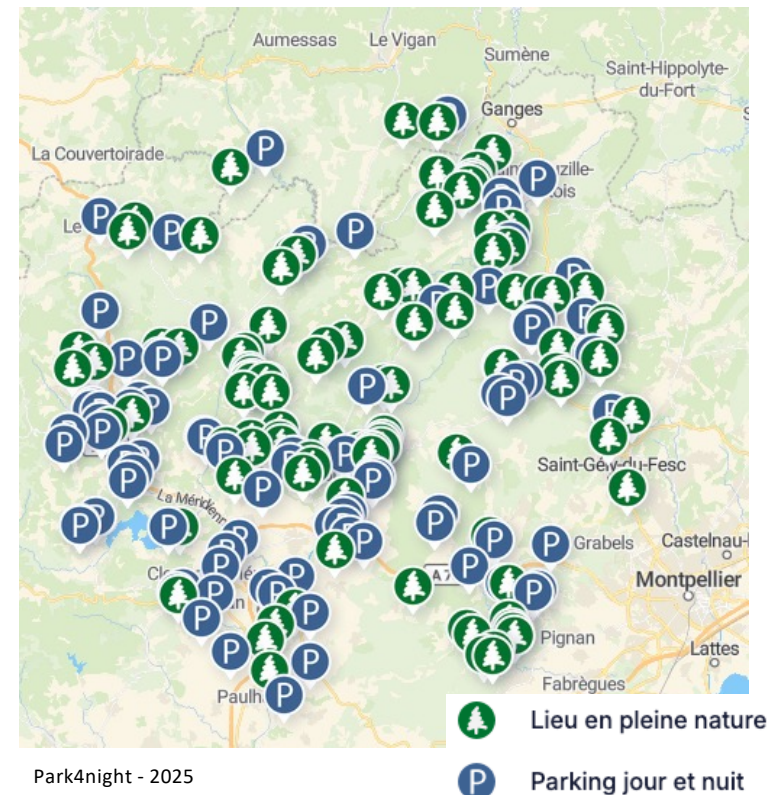
Phénomène "van life"

Développement important du stationnement sauvage associé aux véhicules vans et fourgons aménagés.

L'émergence du mouvement "van life", particulièrement dynamique depuis la crise sanitaire, a accentué la pression sur les espaces naturels du territoire.

Ces usagers, souvent plus jeunes et moins équipés en services autonomes (toilettes, douches) que les camping-caristes traditionnels, recherchent prioritairement des expériences immersives dans des cadres naturels préservés.

Leur pratique, plus nomade et moins structurée, échappe largement aux dispositifs d'accueil conventionnels et nécessite une approche spécifique pour concilier leurs attentes avec la préservation des sites sensibles.



Analyse qualitative

Les Aires de stationnement et de service : Un niveau d'équipement et de service médiocre

L'analyse des aires de camping-cars existantes sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault révèle un constat préoccupant : la majorité des infrastructures d'accueil se résume à de simples espaces de stationnement, sans réelle valeur ajoutée pour les usagers ni intégration paysagère.

Cette situation contraste fortement avec les attentes croissantes des camping-caristes et ne reflète pas l'ambition touristique d'un territoire riche en patrimoines naturel et culturel.

Des Infrastructures basiques sans aménagement qualitatif

Les aires actuelles se caractérisent principalement par des espaces goudronnés ou simplement stabilisés, sans aménagement spécifique permettant une expérience de qualité.

Cette configuration minimaliste se retrouve sur l'ensemble du territoire, comme en témoignent les aires de Montpeyroux, du Pont du Diable, de Clermont L'Hérault (Salagou) et de Lodève.

Ces espaces présentent des caractéristiques communes peu attractives :

- Surfaces uniformément minéralisées sans végétalisation
- Manque d'ombrage naturel, particulièrement problématique en période estivale dans cette région
- Absence d'espaces de convivialité permettant aux usagers de s'installer à l'extérieur de leur véhicule



L'absence d'une réflexion globale sur l'intégration paysagère de ces espaces constitue également un paradoxe dans un territoire qui valorise par ailleurs la qualité de ses paysages et de son patrimoine naturel, notamment à travers les démarches Grands Sites de France.



Des aménagements minimalistes inadaptés

L'analyse des aires existantes révèle une approche fonctionnelle minimale qui ne répond plus aux attentes actuelles des camping-caristes et contraste avec la qualité paysagère exceptionnelle du territoire.

Analyse qualitative

Des services de faible niveau de fonctionnalité et d'agrément

Au-delà de la simple problématique d'aménagement spatial, les aires de camping-cars du Pays Cœur d'Hérault souffrent d'un déficit important en matière de services proposés. Cette carence affecte directement l'expérience des usagers et limite l'attractivité du territoire pour cette clientèle spécifique.

Un équipement technique minimal

Les services techniques essentiels pour les camping-caristes (eau potable, vidange des eaux usées, électricité) sont généralement présents de manière très basique et parfois dysfonctionnelle. L'analyse des différentes aires du territoire met en évidence plusieurs problématiques récurrentes :

Équipements amortis

Les bornes de services observées présentent des signes évidents d'usure, avec des systèmes de paiement parfois hors service

Absence de modernisation

La plupart des aires proposent des systèmes de paiement obsolètes (jetons ou monnaie), sans possibilité de paiement par carte bancaire ou applications mobiles, contrairement aux standards actuels.



Signalétique déficiente

Les consignes d'utilisation sont souvent absentes, peu lisibles ou uniquement en français, ce qui complique l'usage pour la clientèle internationale.



La vétusté des équipements génèrent une image négative du territoire et peuvent entraîner des comportements inappropriés (vidanges sauvages) face aux dysfonctionnements rencontrés.

Des services complémentaires quasi inexistants

Au-delà des services techniques de base, les aires de camping-cars modernes proposent généralement une gamme de services complémentaires qui améliorent significativement l'expérience des usagers. Sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault, ces services sont majoritairement absents :

Connectivité

Une minorité des aires analysées propose d'accès WiFi, alors que cette prestation est aujourd'hui considérée comme essentielle par les camping-caristes pour préparer leurs visites, consulter la météo ou partager leur expérience sur les réseaux sociaux.

Équipements de Convivialité

Les aires ne disposent généralement pas d'espaces de pique-nique ou d'aires de jeux qui favoriseraient une expérience plus conviviale et des séjours prolongés.

Cette absence de services complémentaires positionne le territoire en décalage avec les attentes actuelles des camping-caristes, qui recherchent de plus en plus de confort et de service.

Les commentaires laissés sur les plateformes spécialisées (Park4Night) confirment cette insatisfaction générale quant au niveau de service proposé, ce qui impacte directement l'image du territoire et sa capacité à fidéliser cette clientèle.

Analyse qualitative

L'analyse révèle d'autres lacunes significatives qui contribuent à la dégradation de l'expérience visiteur et à l'impact environnemental de la fréquentation des camping-car sur le territoire.

Ces carences témoignent d'une approche fragmentée de l'accueil des camping-cars, sans vision globale intégrant les dimensions environnementales, paysagères et de services.

Gestion Des Déchets Insuffisante

La gestion des déchets constitue un point particulièrement problématique sur la majorité des aires du territoire.

Plusieurs dysfonctionnements majeurs ont été identifiés :

- Absence de tri sélectif : La plupart des aires ne proposent que des conteneurs indifférenciés, sans possibilité de trier les déchets, ce qui va à l'encontre des politiques territoriales de valorisation des déchets et des attentes des usagers, souvent sensibilisés aux questions environnementales.
- Intégration paysagère déficiente : Les espaces dédiés aux déchets sont rarement dissimulés ou intégrés dans l'aménagement global, créant des points noirs paysagers au sein d'espaces naturels remarquables.
- Absence d'information : Le manque de signalétique multilingue concernant les consignes de tri et la localisation des points de collecte spécifiques (verre, déchets verts) génère des comportements inappropriés.



Impact environnemental

L'absence d'une gestion optimisée des déchets constitue un frein majeur à l'inscription du territoire dans une démarche d'écotourisme pourtant valorisée par ailleurs dans sa communication.

Analyse qualitative

Déficit d'aménagements complémentaires

Au-delà des services de base, les aires de camping-cars intègrent généralement des équipements complémentaires qui contribuent significativement à la qualité de l'expérience utilisateur.

Sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault, ces aménagements sont majoritairement absents :

Information Touristique

L'absence de panneaux d'information touristique ou de QR codes renvoyant vers des ressources numériques limite la capacité des camping-caristes à découvrir l'offre du territoire et à prolonger leur séjour.

Espaces Ombragés

La plupart des aires ne disposent pas d'aménagements permettant de se protéger du soleil (plantations d'arbres), rendant leur utilisation inconfortable durant la période estivale.

Accessibilité

Peu d'aires sont conçues en tenant compte des besoins spécifiques des personnes à mobilité réduite, excluant de fait une partie de la clientèle potentielle.

Intégration paysagère médiocre

La qualité paysagère constitue un enjeu majeur dans un territoire reconnu pour la beauté et la diversité de ses paysages, notamment à travers les démarches Grands Sites de France. Pourtant, l'analyse des aires existantes révèle une négligence préoccupante de cette dimension :

- Absence quasi-générale de végétalisation adaptée qui permettrait d'intégrer les véhicules dans leur environnement
- Traitement minéral systématique des surfaces, contribuant aux îlots de chaleur en été
- Absence de réflexion sur la topographie et l'insertion dans le grand paysage
- Mobilier urbain standardisé sans lien avec l'identité locale

Ces carences multiples témoignent d'un manque de vision stratégique concernant l'accueil des camping-cars dans l'écosystème touristique local. Une approche plus intégrée, considérant ces aires comme de véritables portes d'entrée sur le territoire, permettrait d'améliorer significativement l'expérience proposée et de maximiser les retombées économiques de cette forme de tourisme.



"L'absence d'intégration paysagère des aires de camping-cars constitue un paradoxe majeur dans un territoire qui fonde son attractivité touristique sur la qualité de ses paysages et de son patrimoine naturel."

Analyse qualitative

Des exceptions qualitatives sans site de référence

Malgré le constat globalement préoccupant concernant les aires d'accueil pour camping-cars dans le Pays Cœur d'Hérault, quelques sites se distinguent par une approche plus qualitative.

Ces exceptions, bien que ne constituant pas encore des modèles d'excellence à l'échelle nationale, offrent des pistes d'amélioration intéressantes pour l'ensemble du territoire.



Aire ONLYPARK de la Baie des Vailhes

Cette aire gérée par un opérateur privé présente plusieurs atouts notables :

- Emplacements clairement délimités optimisant l'espace disponible
- Services techniques fiables et bien entretenus
- Système de réservation et de paiement modernisé avec application mobile

Aire de Mourèze

Cette aire communale se distingue par :

- Une capacité d'accueil adaptée à la sensibilité du site
- Un aménagement respectueux de la topographie naturelle
- Une localisation stratégique permettant de limiter l'impact visuel tout en offrant un accès facile au site

Aire privée – Mas Palat

Atouts :

- Aménagement qualitatif (stabilisation, paysagement, aire de service)
- Articulation avec le Domaine oleicole

Limites :

- Capacité d'accueil insuffisante en haute saison (5 emplacements)
- Absence de services complémentaires (wifi)

Aire de Salasc : Une approche rurale qualitative

Atouts :

- Intégration réussie dans le tissu villageois permettant une relation directe avec les commerces locaux
- Bornes de services récentes et fonctionnelles
- Échelle humaine favorisant les échanges avec la population locale
- Aménagement simple mais soigné avec présence d'ombrage naturel

Cette réalisation démontre qu'une approche qualitative ne nécessite pas nécessairement d'investissements lourds mais plutôt une réflexion adaptée au contexte local.

Problématiques identifiées

Une saturation très périodique concentrée sur les Grands Sites

L'analyse de la fréquentation des aires de camping-cars sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault révèle une problématique de saturation qui n'est pas généralisée mais fortement concentrée, tant géographiquement que temporellement.

Cette situation crée des tensions localisées qui impactent négativement l'expérience des visiteurs et la préservation des sites naturels sensibles.

Des capacités d'accueil déséquilibrées

Le déséquilibre entre l'offre et la demande sur le territoire se caractérise par :

Grands Sites saturés

Les trois Grands Sites du territoire (Cirque de Navacelles, Lac du Salagou et Saint-Guilhem-le-Désert) présentent une capacité d'accueil manifestement insuffisante par rapport à leur attractivité touristique. Cette situation est particulièrement critique pour Saint-Guilhem-le-Désert, où l'aire du Pont du Diable ne peut absorber qu'une fraction des flux en période estivale.

Zones rurales sous-fréquentées

Dans les zones rurales, l'offre reste clairsemée : peu de transports, peu d'aires d'accueil, une dépendance accrue à la voiture. Ce phénomène traduit un manque de mise en réseau et de valorisation de ces sites alternatifs.



Exception notable

L'exception notable concerne la ville de Lodève, qui malgré son patrimoine culturel riche et sa position de porte d'entrée du territoire, ne dispose pas d'une capacité d'accueil suffisante pour les camping-cars, limitant ainsi son potentiel de développement touristique.

Problématiques identifiées

Des périodes de saturation bien identifiées

La saturation des aires de camping-cars n'est pas constante tout au long de l'année mais se concentre sur des périodes spécifiques qui varient selon les sites :

Pont du Diable - Saint-Guilhem

Saturation quasi-permanente de mi-juin à fin août, avec des pics lors des week-ends prolongés. La période de forte tension s'étend sur environ 10 semaines par an.

1

Site du Salagou/Mourèze

Tension modérée en plein été mais saturation significative durant les ailes de saison (avril-juin et septembre-octobre), périodes particulièrement prisées par les camping-caristes pour la douceur du climat et la moindre affluence touristique générale.

2

3

Cirque de Navacelles

Périodes de saturation plus ponctuelles, principalement concentrées sur environ 10 jours répartis entre les vacances de Pâques, les ponts de mai et la première quinzaine d'août.



Cette saisonnalité marquée représente à la fois un défi et une opportunité.

Le défi consiste à gérer les pics de fréquentation sans surdimensionner les infrastructures qui seraient sous-utilisées le reste de l'année. L'opportunité réside dans la possibilité de développer des stratégies de désaisonnalisation en valorisant spécifiquement l'offre hors haute saison auprès des camping-caristes.

Problématiques identifiées

Stationnements inadaptés et conflits d'usage

La saturation périodique des aires d'accueil pour camping-cars, conjuguée à l'insuffisance qualitative des services proposés, engendre des comportements de stationnement inadaptés qui génèrent des conflits d'usage significatifs sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault.

Ces pratiques compromettent l'équilibre fragile entre développement touristique et préservation des espaces naturels.

Occupation Problématique des Espaces de Stationnement

L'absence d'une offre suffisante et qualitative d'aires dédiées aux camping-cars entraîne plusieurs phénomènes préoccupants :

Détournement des parkings classiques

De nombreux camping-cars occupent des parkings initialement conçus pour les véhicules légers, notamment à proximité immédiate des sites touristiques majeurs.

Cette situation réduit significativement la capacité d'accueil pour les visiteurs locaux et les excursionnistes, créant des tensions entre les différentes catégories d'usagers. Le phénomène est particulièrement marqué aux abords du Cirque de Navacelles et sur certains parkings du lac du Salagou.

Stationnement en espaces sensibles

Face au manque de solutions adaptées, certains camping-caristes n'hésitent pas à stationner dans des zones écologiquement sensibles ou non aménagées pour cet usage : berges du lac du Salagou, espaces naturels du Cirque de Navacelles.

Ces pratiques sont incompatibles avec les objectifs de préservation associés aux sites classés et aux démarches Grands Sites de France.

Privatisation d'espaces publics

L'installation prolongée de camping-cars sur des espaces publics non prévus à cet effet (places de village, belvédères paysagers) conduit à une forme de privatisation temporaire qui limite l'accès des autres usagers et dénature la vocation première de ces lieux.

Ces comportements ne concernent qu'une minorité de camping-caristes, mais leur visibilité et leur impact sur l'environnement et les autres usagers contribuent à dégrader l'image globale de ce mode de tourisme auprès des acteurs locaux et des résidents permanents.

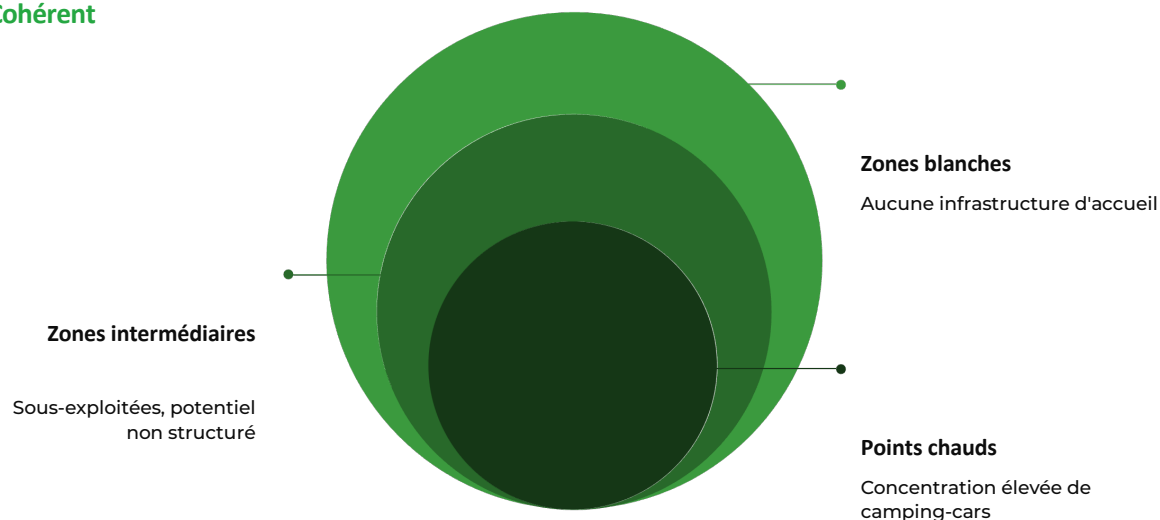
La résolution de ces conflits d'usage nécessite une approche globale intégrant à la fois l'augmentation des capacités d'accueil adaptées, l'amélioration qualitative des services proposés et la mise en place d'une réglementation claire et cohérente à l'échelle du territoire.

Problématiques identifiées

Manque de diversification de l'offre et de structuration du secteur

L'analyse de l'offre d'accueil des camping-cars sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault révèle une absence de vision stratégique globale et un déficit de structuration qui limitent considérablement le potentiel de développement de cette filière touristique.

Absence d'un Maillage Territorial Cohérent



La répartition actuelle des aires d'accueil pour camping-cars sur le territoire présente plusieurs déséquilibres majeurs :

Concentration sur les Grands Sites

La majorité des aires existantes sont localisées à proximité immédiate des sites touristiques majeurs, renforçant ainsi la pression sur ces espaces déjà fortement fréquentés. Cette concentration contribue au phénomène de saturation observé en période de pointe et limite la diffusion des flux touristiques sur l'ensemble du territoire.

Zones intermédiaires sous-équipées

Les communes situées à distance raisonnable des points d'attraction majeurs (10-15 km) disposent rarement d'aires d'accueil qualitatives, alors qu'elles pourraient constituer des bases arrière pertinentes pour décongestionner les sites emblématiques tout en bénéficiant de retombées économiques significatives.

Absence d'aires sur les itinéraires de transit

Les principaux axes de circulation traversant le territoire (A75, A750, D32) ne disposent pas d'un réseau cohérent d'aires d'étape qui permettrait de capter une clientèle de passage et de l'inciter à découvrir le territoire.
Exception au Caylar

Problématiques identifiées

Manque d'intégration aux offres touristiques locales

L'analyse des documents d'information et de promotion touristique du territoire révèle une faible intégration de la clientèle des camping-caristes dans la stratégie globale de développement touristique :

- Absence de circuits dédiés : Contrairement à d'autres territoires, le Pays Cœur d'Hérault ne propose pas d'itinéraires spécifiquement conçus pour les camping-cars, qui prendraient en compte les contraintes de circulation et de stationnement de ces véhicules tout en valorisant les richesses patrimoniales accessibles.
- Déficit d'information ciblée : Les supports de communication touristique du Pays Cœur d'Hérault mentionnent rarement les infrastructures d'accueil pour camping-cars et ne proposent pas de conseils pratiques adaptés à ce mode de voyage.
- Faible connexion avec les autres mobilités : Les possibilités d'intermodalité (stationnement du camping-car et poursuite de la découverte à pied, à vélo ou en transport en commun) sont peu développées et valorisées, limitant ainsi les options de visite des camping-caristes.

Faible engagement des professionnels du tourisme

L'enquête menée révèle un déficit d'appropriation de la clientèle des camping-caristes par les professionnels du tourisme :

Restaurateurs et commerçants

Peu d'établissements proposent des services adaptés aux camping-caristes (menus à emporter, livraison sur les aires, offres spéciales hors saison).

Producteurs locaux

Les points de vente directe (domaines viticoles, oleicoles, producteurs fermiers) ne valorisent pas suffisamment leur accessibilité aux camping-cars, alors que cette clientèle est particulièrement sensible à l'achat de produits locaux et dispose d'une capacité de stockage dans son véhicule.

Prestataires d'activités

Les offres d'activités de pleine nature ou culturelles prennent rarement en compte les contraintes spécifiques des camping-caristes (horaires adaptés, solutions de transport, tarification famille) limitant ainsi leur participation à ces activités génératrices de valeur ajoutée.

Ce manque d'engagement traduit une méconnaissance de ce segment de clientèle et de son potentiel économique.



Potentiel économique

Une étude récente (Camping-car Park) évalue les dépenses moyennes d'un équipage en camping-car à 40-60€ par jour (hors frais de stationnement). Avec une durée moyenne de séjour de 3,5 nuits, chaque véhicule génère environ 175€ de retombées directes pour l'économie locale, sans compter les achats exceptionnels (produits du terroir, artisanat...).

Problématiques identifiées

Mobilité douce et accessibilité en transports en commun

L'analyse des problématiques liées à l'accueil des camping-cars dans le Pays Cœur d'Hérault met en évidence un enjeu majeur autour de la mobilité des visiteurs une fois leur véhicule stationné. Les difficultés de stationnement au cœur des sites emblématiques pourraient être significativement atténuées par le développement d'alternatives de mobilité pertinentes, permettant aux camping-caristes de laisser leur véhicule en périphérie sans compromettre leur expérience de visite.

Une problématique centrale pour la gestion des flux

Le développement d'une offre de mobilité durable pour les camping-caristes constitue un enjeu stratégique pour plusieurs raisons :

Décongestion des sites sensibles

Proposer des alternatives de mobilité permettrait de réduire drastiquement la pression de stationnement au cœur des Grands Sites (Cirque de Navacelles, Saint-Guilhem-le-Désert, Lac du Salagou), tout en maintenant l'accessibilité pour les visiteurs.

Cette approche est parfaitement cohérente avec les objectifs de préservation associés aux démarches Grands Sites de France.

Les camping-cars, par leur gabarit et leur motorisation, génèrent un impact environnemental significatif en termes d'émissions de CO2 et d'occupation de l'espace.

Limiter leurs déplacements une fois sur le territoire contribuerait à réduire cet impact tout en s'inscrivant dans une démarche d'écotourisme valorisable auprès des visiteurs.

Diversification de l'expérience touristique

Proposer des modes de découverte alternatifs (vélo, randonnée, transport en commun) enrichit l'expérience des camping-caristes en leur offrant des perspectives et des rencontres différentes de celles vécues depuis leur véhicule. Cette diversification contribue à l'attractivité globale du territoire et à l'allongement de la durée de séjour.



Situation actuelle

L'absence d'alternatives de mobilité crédibles conduit actuellement de nombreux camping-caristes à considérer que le stationnement au plus près des sites d'intérêt est la seule option viable, renforçant ainsi la pression sur les espaces les plus sensibles.

Cette situation est d'autant plus paradoxale que le profil des camping-caristes (séjours plus longs, rythme moins contraint) les rend particulièrement réceptifs à des propositions de mobilité alternative, à condition que celles-ci soient pratiques, fiables et clairement communiquées.

Le développement d'une stratégie de mobilité adaptée aux camping-caristes permettrait non seulement de réduire la pression sur les sites sensibles mais aussi d'enrichir l'expérience touristique des visiteurs, en leur permettant de découvrir le territoire sous d'autres angles et à un rythme différent.

Problématiques identifiées

Difficulté à capter une clientèle en mutation

L'analyse des tendances nationales et internationales du tourisme en camping-car révèle une évolution significative des attentes et des comportements de cette clientèle. Le territoire du Pays Cœur d'Hérault, malgré ses atouts indéniables, peine à s'adapter à ces mutations, limitant ainsi sa capacité à capter et fidéliser ce segment touristique en pleine transformation.

Évolution des Attentes des Camping-caristes

Le profil et les attentes des utilisateurs de camping-cars ont connu des évolutions majeures ces dernières années, créant un décalage avec l'offre actuellement proposée sur le territoire :

Exigence accrue sur la qualité des services

Les camping-caristes contemporains, souvent issus de catégories socio-professionnelles supérieures, recherchent des prestations de qualité. Ils attendent :

- Des équipements techniques fiables et modernes (bornes de services intelligentes, paiement dématérialisé)
- Des services de confort comparables à ceux des campings (wifi performant, sanitaires propres, espaces de convivialité)
- Des prestations facilitant leur séjour (informations touristiques)

Recherche d'expériences authentiques

Au-delà du simple hébergement, les camping-caristes sont en quête d'expériences significatives :

- Rencontres avec les habitants et les producteurs locaux
- Participation à des événements culturels ou traditionnels
- Découverte de sites méconnus, hors des circuits touristiques conventionnels
- Immersion dans les paysages et la nature, avec une préférence croissante pour les sites offrant calme et authenticité

Diversification des pratiques

Le marché se segmente avec l'émergence de nouvelles tendances :

- Développement du "van life" avec des véhicules plus compacts et mobiles
- Intérêt pour les aires thématiques (œnotourisme, fermes pédagogiques)
- Essor des pratiques d'accueil chez l'habitant (France Passion, Gamping)
- Recherche de sites d'exception, même à prix élevé, pour des expériences mémorables

Sensibilité environnementale croissante

Une part grandissante des camping-caristes adopte une démarche de tourisme responsable et est particulièrement attentive à :

- L'intégration paysagère des aires d'accueil
- La présence d'équipements éco-responsables (récupération des eaux pluviales, tri sélectif)
- L'accès à des produits locaux et de saison
- La possibilité d'utiliser des mobilités douces pour leurs déplacements sur place

Services basiques vs. expériences mémorables

L'écart se creuse entre l'offre actuelle du territoire, principalement centrée sur des services basiques (stationnement, vidange), et les attentes d'une clientèle qui recherche désormais des expériences touristiques complètes et personnalisées.

Cette évolution représente à la fois un défi pour l'adaptation des infrastructures existantes et une opportunité pour développer une offre différenciante qui valoriserait les spécificités du territoire.



Chapitre 3

Schéma d'organisation et orientations stratégiques

Principes directeurs du schéma

Le schéma d'organisation proposé s'articule autour de six axes stratégiques complémentaires visant à structurer l'offre d'accueil des camping-cars sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault.

Cette approche intégrée permettra de répondre simultanément aux enjeux de préservation des sites sensibles, de qualité de l'accueil, de répartition des flux touristiques et de développement économique équilibré.



A. Structurer un accueil qualitatif

Organisation cohérente à l'échelle du territoire entier



C. Renforcer les itinérances

Connexions entre pôles structurants et zones d'intensité touristique moindre



E. Réduire les impacts environnementaux

Préservation paysagère et gestion des déchets



B. Désengorger les sites saturés

Navacelles, Salagou, Saint-Guilhem : répartition des flux



D. Assurer un accueil toute l'année

Services adaptés aux ailes de saison et à l'hiver



F. Articuler avec les mobilités douces

Intégration aux transports collectifs locaux

La mise en œuvre de cette stratégie s'appuiera sur une typologie d'aires différenciées selon leur fonction, leur localisation et leurs caractéristiques, formant un maillage cohérent à l'échelle du territoire.

Cette approche permet d'adapter les solutions d'accueil aux spécificités de chaque site tout en garantissant une cohérence d'ensemble.

L'articulation avec les mobilités douces et les transports collectifs constitue un axe transversal majeur, permettant de concilier accessibilité des sites touristiques et préservation des espaces naturels sensibles.

Principes directeurs du schéma

A. Structurer un accueil qualitatif et cohérent à l'échelle du territoire

Standardisation des équipements

Harmoniser niveau de service, accessibilité, vidange, signalétique.

Identification de 7 typologies

Proposer une offre d'accueil lisible, homogène et maîtrisée sur tout le territoire.

Segmentation des typologies d'accueil

Déployer une offre diversifiée adaptée aux différents usages et attentes.

La structuration d'un accueil qualitatif et cohérent des camping-cars sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault nécessite la mise en place d'une stratégie globale d'aménagement et de gestion.

Cette approche repose sur trois piliers fondamentaux :

1. Une standardisation des équipements **garantissant un niveau de service homogène et reconnaissable** sur l'ensemble du territoire, **facilitant ainsi l'orientation des visiteurs et la gestion des infrastructures.**
2. Une identification précise de sept typologies d'accueil **distinctes, permettant de répondre aux différents besoins et usages des camping-caristes tout en préservant les sites sensibles.**
3. Une segmentation stratégique **des solutions de stationnement, adaptant chaque aire à sa fonction spécifique** dans le maillage territorial global.

Cette structuration permettra non seulement d'améliorer la qualité de l'accueil mais aussi de mieux répartir les flux touristiques, de limiter les impacts environnementaux et d'optimiser les retombées économiques pour l'ensemble du territoire.

Principes directeurs du schéma

A. Structurer un accueil qualitatif et cohérent à l'échelle du territoire

Le schéma d'accueil territorial proposé s'appuie sur une segmentation claire des solutions de stationnement, adaptées aux différents profils d'usagers et contextes territoriaux. Cette typologie permet d'orienter les aménagements futurs et d'optimiser les infrastructures existantes.

Principes directeurs de la segmentation

La segmentation proposée repose sur plusieurs principes fondamentaux :

Différenciation fonctionnelle

Chaque type d'aire répond à un besoin spécifique (transit, étape, court séjour) et s'intègre dans un réseau cohérent à l'échelle du territoire.

Adaptation au contexte territorial

Les caractéristiques de chaque aire (capacité, services, tarification) sont définies en fonction de sa localisation et de sa proximité avec les sites touristiques ou les zones urbaines.

Complémentarité des offres

L'ensemble des typologies forme un écosystème d'accueil complet, permettant de répondre aux différentes attentes des camping-caristes tout en répartissant les flux sur l'ensemble du territoire.

Intégration aux dynamiques locales

Les aires ne sont pas conçues comme des espaces isolés mais comme des composantes intégrées au tissu économique et social local, favorisant les interactions entre visiteurs et territoire.

Cette approche typologique permettra une mise en œuvre progressive et adaptée aux spécificités de chaque commune ou site, tout en garantissant une cohérence d'ensemble à l'échelle du Pays Cœur d'Hérault.

Principes directeurs du schéma

A. Structurer un accueil qualitatif et cohérent à l'échelle du territoire

Une segmentation stratégique des solutions de stationnement

Description des typologies d'accueil

Les quatre premières typologies d'aires d'accueil présentées répondent à des fonctions complémentaires dans l'organisation territoriale :

ACCUEIL DES FLUX ET TRANSITS

Ces aires de capacité importante (10-30 places) sont positionnées stratégiquement pour capter les flux touristiques à proximité des grands axes de circulation. Elles offrent des services complets et constituent des portes d'entrée sur le territoire.



Capacité conséquente 10 à 30 places

1 à 3 nuits (selon les lieux)

Ouvert toute l'année

- Différents niveaux de services possibles
- Facilité de complémentarité avec d'autres usages

5 à 12 € la nuit

ÉTAPE VERTE - OENOTOURISME

Ces micro-aires (≤ 5 places) sont destinées à valoriser les espaces ruraux et les productions locales. Implantées en lien avec des activités agricoles ou de loisirs, elles permettent de diffuser les flux touristiques dans les zones moins fréquentées.



Petite capacité ≤ 5 places

1 à 2 nuits

Ouverture Mai à Octobre

- Dominante rurale (entrée de bourg, secteurs loisirs/équipements sportifs, accès voies vertes, Socio-pro ...)
- Vidange/point d'eau

0 à 5 € la nuit

ÉTAPE URBAINE

Ces aires de petite capacité (≤ 20 places) sont intégrées dans le tissu urbain des bourgs et villages, permettant aux camping-caristes de bénéficier des commerces et services locaux.



Petite capacité ≤ 20 places

1 nuit

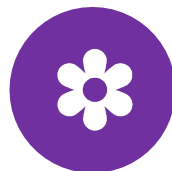
Ouvert toute l'année

- Proche patrimoine bâti (même isolé)
- Inséré dans le tissu urbain
- Pas de service (ou seulement un point d'eau)

0 à 5 € la nuit

POINT D'ENTRÉE PÉRIPHÉRIQUE AUX GRANDS SITES

Ces aires spécifiquement conçues pour désengorger les grands sites offrent une alternative qualitative de stationnement, associée à des solutions de mobilité douce pour accéder aux sites.



Toutes capacités

1 à 3 nuits (selon les lieux)

Ouvert toute l'année

- Différents niveaux de services possibles
- Facilité de complémentarité avec d'autres usages

5 à 12 € la nuit

Principes directeurs du schéma

A. Structurer un accueil qualitatif et cohérent à l'échelle du territoire

Une segmentation stratégique des solutions de stationnement

Description des typologies d'accueil

Pour compléter le maillage territorial, deux typologies supplémentaires sont définies :

STATIONNEMENT DE JOUR

Ces aires spécifiques permettent l'accès des camping-cars aux sites emblématiques pour des visites à la journée, tout en interdisant le stationnement nocturne. Cette solution préserve l'attractivité touristique des Grands Sites tout en limitant l'impact environnemental et paysager des véhicules.



Grands sites
classés

Capacité moyenne 10 à 20 places

Interdit la nuit

Ouvert toute l'année (sauf contrainte spéciale du site)

- Emplacements spécifiques camping-cars
- Aucun service

Tarif en fonction des autres véhicules

Ces deux typologies viennent compléter le dispositif d'accueil territorial en apportant des solutions spécifiques pour la gestion des flux sur les sites sensibles (stationnement de jour) et pour les séjours prolongés (campings).

La diversité des solutions proposées permet de s'adapter aux différentes configurations territoriales et aux variations saisonnières de fréquentation, tout en garantissant un niveau de service adapté aux attentes des visiteurs.

CAMPINGS

L'intégration des campings dans le schéma d'accueil territorial est essentielle, notamment pour les séjours de longue durée. Une politique tarifaire adaptée et des services spécifiques permettraient de mieux valoriser cette offre auprès des camping-caristes.



Toutes capacités

sans limite

Période d'ouverture élargie (dans le respect des périodes d'ouverture réglementées)

- Adaptation du stationnement et du type de séjour aux spécificités camping-cars
- Accès aux services du camping selon la politique commerciale de l'exploitant
- Vidange si pas de service dans un rayon de 5 km

Tarif hors enceinte 30 % inférieur à celui pratiqué à l'intérieur du camping (stationnement sur emplacements dédiés Camping-car, 40-50m2)

Une offre flexible et évolutive

La segmentation proposée n'est pas figée mais constitue un cadre stratégique évolutif.

Les collectivités et acteurs locaux pourront adapter les caractéristiques précises de chaque aire en fonction des spécificités locales, tout en s'inscrivant dans la cohérence territoriale globale.

Principes directeurs du schéma

A. Structurer un accueil qualitatif et cohérent à l'échelle du territoire

Une segmentation stratégique des solutions de stationnement

Description des typologies d'accueil

Pour répondre spécifiquement aux attentes de la clientèle émergente des "vanlifers", une septième typologie est proposée.

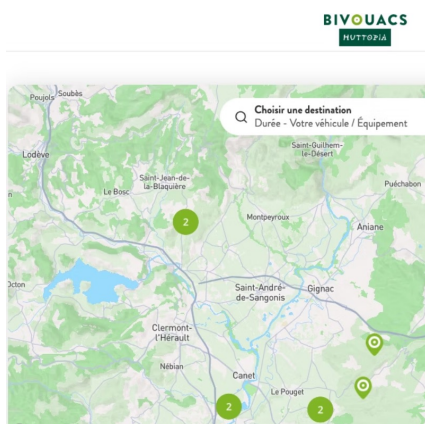
Ces usagers, généralement plus jeunes et recherchant une expérience immersive dans la nature, nécessitent des solutions d'accueil différentes des aires traditionnelles.

UN FORMAT ADAPTÉ AUX BESOINS DES VANLIFERS



- Des espaces de petite capacité (2-5 véhicules maximum)
- Des équipements minimalistes mais de qualité (point d'eau, toilettes sèches)
- Une tarification modérée (5-10€) ou fonctionnant sur le principe de la contribution libre
- Une localisation en milieu naturel, à distance raisonnable des points d'intérêt

Ces espaces pourraient être développés en partenariat avec des propriétaires privés (exploitants agricoles, gestionnaires d'espaces naturels) dans une logique similaire au réseau France Passion, mais avec une orientation plus spécifiquement adaptée aux attentes des vanlifers (Ex Bivouacs by Huttopia).



Cette approche spécifique permet de répondre à l'évolution des pratiques tout en maîtrisant l'impact du stationnement sauvage sur les espaces naturels sensibles.

Elle s'inscrit pleinement dans les tendances actuelles du slow tourisme et de la recherche d'authenticité.

Principes directeurs du schéma

B. Désengorger les sites saturés (Navacelles, Salagou, Saint-Guilhem)

La stratégie de désengorgement des sites saturés constitue une priorité du schéma d'organisation territorial. Elle vise à préserver l'intégrité des sites emblématiques tout en maintenant leur accessibilité pour les camping-caristes.

Cette approche équilibrée permettrait de réduire significativement la pression sur les Grands Sites tout en préservant l'attractivité touristique du territoire et en optimisant les retombées économiques.

Création de sites de délestage

Planter des aires en périphérie de Navacelles, Salagou et Saint-Guilhem avec services complets.

Cette stratégie vise à développer des aires d'accueil qualitatives situées à distance raisonnable (5-15 km) des sites emblématiques, offrant une capacité suffisante et des services adaptés.

Ces aires seraient connectées aux sites majeurs par des solutions de mobilité douce (navettes, itinéraires cyclables sécurisés, sentiers de randonnée).

Réorientation des flux

Utiliser communication et plateformes numériques pour guider vers des aires moins fréquentées.

Une stratégie d'information et de communication ciblée permettrait d'orienter les camping-caristes vers les aires alternatives dès la préparation de leur séjour. Cette approche s'appuierait sur :

- Une présence renforcée sur les plateformes spécialisées (Park4Night, Camping-Car Park...)
- Une signalétique directionnelle cohérente sur le territoire
- Des documents d'information valorisant les avantages des aires périphériques

Renforcement du rôle des parkings de jour

Mettre en place une interdiction stricte de stationnement nocturne sur les sites sensibles.

Pour les visiteurs souhaitant accéder directement aux sites emblématiques, des espaces de stationnement de jour sont aménagés (Salagou, Pont du Diable, La Baume Auriol, ...) , avec une interdiction claire et effective du stationnement nocturne.

Cette mesure serait accompagnée d'une information précise sur les alternatives disponibles pour la nuit.

Principes directeurs du schéma

C. Renforcer les itinérances intra-territoriales entre pôles structurants et zones de moindre intensité touristique

L'objectif de cette stratégie est de répartir les flux touristiques sur l'ensemble du territoire et de valoriser les zones rurales moins fréquentées, tout en enrichissant l'expérience proposée aux camping-caristes.

Cette approche permettrait de transformer une problématique de congestion en opportunité de développement territorial équilibré, bénéficiant à l'ensemble des communes du Pays Cœur d'Hérault.

La conception d'itinéraires thématiques spécifiquement adaptés aux camping-caristes constituerait un produit touristique différenciant, valorisable dans la communication du territoire et susceptible d'attirer de nouvelles clientèles, notamment en dehors de la haute saison.



Partenariats locaux

Collaborer avec l'agritourisme et les socio-professionnels

Le développement de partenariats avec les acteurs locaux (viticulteurs, producteurs, prestataires d'activités) permettrait d'enrichir l'offre associée à ces aires d'étapes et de renforcer leur attractivité.

Ces partenariats pourraient prendre diverses formes :

- Accueil direct chez les producteurs (extension du réseau France Passion, Bienvenue à la ferme, Bivouac by Huttonia, ...)
- Services spécifiques pour les camping-caristes (livraison de produits sur les aires, visites adaptées)
- Circuits de découverte thématiques au départ des aires



Maillage d'aires d'étapes

Créer un réseau cohérent lié aux circuits thématiques du territoire (viticulture, patrimoine, ...)

Le développement d'un réseau d'aires d'étapes de petite capacité (5-15 places), réparties de manière stratégique sur l'ensemble du territoire, permettrait de structurer des itinérances thématiques valorisant les richesses patrimoniales moins connues.

Ces aires seraient positionnées à proximité des points d'intérêt secondaires (villages de caractère, sites naturels, domaines viticoles) et distantes d'environ 20-30 km les unes des autres pour favoriser une découverte progressive du territoire.



Exemples d'itinéraires thématiques potentiels

- Route des vins et terroirs : Reliant les domaines viticoles et producteurs locaux ouverts à l'accueil des camping-cars en compatibilité avec le projet eonovélo
- Itinéraire des paysages et panoramas : Mettant en valeur les points de vue remarquables et la diversité paysagère
- Parcours des savoir-faire : Connectant les artisans et sites de production traditionnels

Principes directeurs du schéma

D. Assurer un accueil toute l'année, avec des services adaptés aux ailes de saison et à l'hiver

Équipements 4 saisons

Bornes isolées contre le gel, emplacements stabilisés

L'adaptation des infrastructures aux conditions hivernales constitue un prérequis pour permettre un accueil toute l'année. Cette adaptation concerne notamment :

- L'isolation des réseaux d'eau pour éviter les problèmes de gel
- La stabilisation renforcée des emplacements pour résister aux intempéries
- L'éclairage adapté aux journées plus courtes en hiver
- Des bornes électriques dimensionnées pour répondre aux besoins énergétiques accrus en saison froide

Proximité des services

Emplacements stratégiques près des centres-bourgs et commerces ouverts à l'année

La localisation des aires ouvertes hors saison doit privilégier la proximité des services essentiels fonctionnant toute l'année :

- Commerces d'alimentation et services de première nécessité
- Établissements de santé
- Restaurants et cafés
- Équipements culturels et de loisirs couverts

Cette proximité garantit le confort des camping-caristes même en période hivernale et favorise les retombées économiques pour les commerces locaux en basse saison.



Tarification saisonnière

Modulation des prix pour encourager la fréquentation hors période estivale

Une politique tarifaire adaptée constitue un levier efficace pour stimuler la fréquentation en basse saison :

- Tarifs réduits de 30 à 50% en période hivernale
- Offres promotionnelles pour les séjours prolongés (7 nuits = 5 payées)
- Pass multi-aires encourageant l'itinérance sur le territoire en basse saison



Coordination des ouvertures

Planification territoriale pour garantir une offre minimale en hors saison

Une coordination à l'échelle du territoire permettrait d'assurer une continuité de service toute l'année :

- Identification d'un réseau minimal d'aires ouvertes toute l'année (1-2 par communauté de communes)
- Mutualisation des moyens d'entretien en basse saison
- Communication harmonisée sur les périodes d'ouverture
- Système d'information en temps réel sur les disponibilités

La stratégie d'accueil toute l'année représente un enjeu majeur pour le développement de la filière camping-car sur le territoire. Le camping-car constituant un mode de voyage particulièrement adapté aux voyages hors haute saison, le Pays Cœur d'Hérault dispose d'un potentiel significatif de développement sur ces périodes, bénéficiant d'un climat plus clément que de nombreuses autres destinations françaises.

Cette approche contribuerait significativement à la désaisonnalisation de l'activité touristique, enjeu prioritaire pour l'économie locale et la gestion durable des flux touristiques.

Principes directeurs du schéma

E. Réduire les impacts environnementaux et paysagers

Intégration paysagère des aires d'accueil

L'intégration paysagère des aires d'accueil constitue une priorité absolue, particulièrement dans un territoire reconnu pour la qualité de ses paysages et comptant trois Grands Sites de France. Cette dimension doit être intégrée dès la conception des nouvelles aires et dans la requalification des aires existantes :

- Végétalisation adaptée : Plantation d'essences locales pour créer des zones d'ombrage et masquer partiellement les véhicules
- Matériaux locaux et naturels : Utilisation privilégiée de la pierre, du bois et d'autres matériaux traditionnels
- Respect de la topographie : Conception des aires épousant le relief naturel, limitant les terrassements
- Perméabilité des sols : Privilégier les revêtements perméables permettant l'infiltration des eaux pluviales

Information et sensibilisation des usagers

L'information des camping-caristes constitue un levier essentiel pour limiter les impacts environnementaux :

- Charte du camping-cariste responsable : Élaboration et diffusion d'un document synthétique rappelant les bonnes pratiques
- Signalétique harmonisée : Mise en place d'une signalisation claire sur les aires autorisées et les zones sensibles à préserver
- Information numérique : Utilisation des plateformes spécialisées pour diffuser des recommandations ciblées
- Ambassadeurs locaux : Formation des personnels d'accueil touristique aux spécificités de cette clientèle

Gestion responsable des ressources

La conception et la gestion des aires doivent intégrer une approche responsable des ressources naturelles :

- Gestion économe de l'eau : Équipement des bornes de services en dispositifs limiteurs de débit, récupération des eaux pluviales
- Éclairage intelligent : Utilisation de détecteurs de présence et de LED basse consommation, respect de la trame noire nocturne
- Énergies renouvelables : Installation de panneaux photovoltaïques pour l'alimentation des bornes lorsque c'est possible
- Traitement adapté des effluents : Conception des aires de vidange garantissant une gestion optimale des eaux usées

Gestion optimisée des déchets

La gestion des déchets représente un enjeu environnemental majeur, nécessitant une approche spécifique :

- Tri sélectif systématique : Équipement de toutes les aires en conteneurs adaptés aux différentes filières de recyclage
- Dimensionnement adapté : Calibrage des équipements en fonction de la capacité d'accueil et de la fréquentation saisonnière
- Intégration visuelle : Conception soignée des points de collecte pour limiter leur impact visuel
- Information multilingue : Signalétique claire expliquant les consignes de tri et sensibilisant au respect des lieux

Principes directeurs du schéma

F. Articuler l'accueil avec les mobilités douces et les transports collectifs

L'articulation entre accueil des camping-cars et mobilités alternatives constitue un axe transversal majeur du schéma territorial. Cette approche permet de concilier l'attractivité touristique du territoire, la préservation des sites sensibles et la qualité de l'expérience visiteur.

Elle positionnerait le Pays Cœur d'Hérault comme un territoire innovant en matière de tourisme durable, capable de transformer une problématique (congestion des sites emblématiques) en opportunité de développement territorial équilibré.

Connexion aux pôles multimodaux

Intégrer les aires d'accueil camping-cars aux pôles d'échanges de Gignac, Clermont-l'Hérault et Lodève.

La création ou la requalification d'aires d'accueil à proximité immédiate des pôles d'échanges multimodaux constitue une opportunité stratégique majeure. Cette approche permettrait :

- D'offrir aux camping-caristes un accès direct aux services de transport collectif desservant l'ensemble du territoire
- De faciliter les déplacements vers les sites touristiques majeurs sans utiliser le camping-car
- De valoriser les investissements publics réalisés dans ces infrastructures de mobilité
- D'intégrer l'accueil des camping-cars dans une vision globale des mobilités territoriales

Les pôles de Gignac, Clermont-l'Hérault et Lodève, par leur position stratégique aux portes des Grands Sites, constituent des points d'ancrage privilégiés pour cette stratégie d'intermodalité.

Aménagements cyclables dédiés

Faciliter la pratique du vélo depuis les aires de camping-cars vers les points d'intérêt touristique.

Le développement d'infrastructures cyclables spécifiquement conçues pour connecter les aires d'accueil aux sites touristiques et aux centres urbains représente un axe prioritaire :

- Création de voies cyclables sécurisées reliant les aires aux principaux points d'intérêt dans un rayon de 5-10 km
- Aménagement d'espaces de stationnement vélo sécurisés sur les aires
- Développement de services de location de vélos (classiques et électriques) à proximité des aires principales
- Conception d'itinéraires cyclotouristiques thématiques au départ des aires

Cette approche s'inscrit pleinement dans les orientations du Schéma directeur cyclable du territoire et contribuerait à renforcer son attractivité auprès d'une clientèle de plus en plus sensible aux mobilités douces.

Signalétique et communication intégrées

Informier clairement sur les alternatives au véhicule personnel : liaisons IiO, transport à la demande, navettes estivales.

Le développement d'une information ciblée sur les solutions de mobilité constitue un facteur clé de succès pour cette stratégie :

- Signalétique spécifique sur les aires indiquant les possibilités de transport à proximité
- Édition de documents dédiés (carte des mobilités adaptée aux camping-caristes)
- Information en temps réel sur les services disponibles (horaires, tarifs, réservations)
- Formation des personnels d'accueil touristique à ces problématiques spécifiques

Principes directeurs du schéma

F. Articuler l'accueil avec les mobilités douces et les transports collectifs

Deux axes de développement complémentaires apparaissent prioritaires pour améliorer la mobilité des camping-caristes sur le territoire, en cohérence avec les documents cadres départementaux le **Plan Hérault Vélo** et le **Plan Hérault Mobilités** :

Navettes touristiques dédiées

La mise en place de services de navettes reliant les aires de camping-cars périphériques aux principaux sites touristiques constitue une solution efficace et rapidement déployable. Ces navettes pourraient fonctionner selon différentes modalités :

- Intégration tarifaire avec les services des aires (pass mobilité)
- Services réguliers en haute saison entre des pôles d'accueil identifiés et les sites majeurs

Réseau cyclable sécurisé

Le développement d'un réseau de voies cyclables adaptées aux usages touristiques permettrait de créer une alternative attrayante pour les déplacements de proximité. Ce réseau devrait prioritairement :

- Relier les aires de camping-cars aux sites touristiques majeurs dans un rayon de 5-10 km
- S'accompagner de services adaptés (location de vélos électriques, consignes sécurisées, assistance)

Projets Identifiés et Points d'appui

Plusieurs initiatives existantes ou en cours de développement sur le territoire peuvent servir de points d'appui pour la mise en œuvre d'une stratégie de mobilité douce adaptée aux camping-caristes :

Intermodalités en Vallée de l'Hérault

La Communauté de Communes Vallée de l'Hérault a engagé plusieurs actions structurantes qui constituent des leviers potentiels :

- Pôle d'échange multimodal de Gignac : Cette infrastructure récente pourrait intégrer une aire de camping-cars connectée aux services de mobilité existants (bus, covoiturage). Service de location VAE en projet (2026).
- Concept de "villages-portes" : Le développement d'aires d'accueil dans les communes identifiées comme portes d'entrée du Grand Site permettrait de réduire la pression sur Saint-Guilhem tout en bénéficiant aux économies locales.
- Service de transport à la demande: TAD TADAM peut être ajusté en terme de rabattement vers le GSF, il ne peut cependant pas se substituer aux services navettes touristiques relevant du dispositif « TIL » organisé par la CCVH en partenariat avec Hérault Transport.

Schémas de Développement Cyclable

Plusieurs initiatives en faveur du vélo peuvent être mobilisées ou adaptées :

- Schéma cyclable de Clermont l'Hérault : Ce programme ambitieux pourrait intégrer des connexions spécifiques entre les aires de camping-cars et le lac du Salagou, réduisant ainsi la pression automobile sur ce site sensible.
- Projet cyclable de Lodève : Le développement d'itinéraires cyclables dans le cadre de la revitalisation du centre-ville pourrait inclure des connexions avec une aire de camping-cars repositionnée à distance raisonnable du centre historique.
- Réseau express vélo (Gignac-Clermont l'Hérault): Cet itinéraire structurant pourrait devenir l'épine dorsale d'un réseau de mobilité douce desservant les principales aires de camping-cars du territoire.

La mise en cohérence de ces différentes initiatives dans le cadre d'une stratégie territoriale de mobilité spécifiquement adaptée aux camping-caristes constituerait une innovation significative, positionnant le Pays Cœur d'Hérault comme un territoire pilote en matière d'accueil durable de ce mode de tourisme.

Cette approche nécessite cependant une coordination renforcée entre les différentes collectivités compétentes (communes, communautés de communes, département) et une intégration explicite de la problématique des camping-cars dans les documents de planification de la mobilité.

Principes directeurs du schéma

En filigrane: Le rôle essentiel des campings dans la structuration de l'offre

Une composante majeure de l'accueil des camping-caristes et vanlifers

Une capacité d'accueil structurée inégalée

Avec 25 établissements recensés sur le territoire, les campings représentent la **plus grande capacité d'accueil structurée** pour les camping-caristes et vans dans le Pays Cœur d'Hérault. Contrairement aux aires spécifiques – encore limitées en nombre et souvent sous-équipées – les campings offrent une expérience complète et qualitative.

Ces établissements représentent un atout majeur pour le territoire, permettant d'absorber une part essentielle de la fréquentation, notamment lors des périodes d'avant et après saison. Les campings constituent ainsi le socle de l'offre d'hébergement itinérant sur le territoire.



Emplacements sécurisés

Des espaces aménagés et sécurisés offrant confort et tranquillité aux camping-caristes. Une réponse aux attentes de sécurité renforcée avec gardiennage, clôture et surveillance adaptés.



Intégration paysagère

Une insertion soignée dans l'environnement naturel du territoire, respectant les caractéristiques paysagères du Pays Cœur d'Hérault et valorisant le cadre exceptionnel.



Services techniques fiables

Eau potable, vidange, électricité et wifi disponibles avec des bornes modernes et des solutions de paiement dématérialisé pour répondre aux besoins techniques contemporains.



Convivialité recherchée

Des espaces de rencontre et d'échange appréciés par les clientèles, créant une dimension sociale et humaine enrichissant l'expérience de voyage.

Une présence stratégique au cœur des Grands Sites

En permettant le stationnement de nuit en périphérie immédiate des Grands Sites, ils contribuent activement à réduire la pression sur les zones sensibles tout en maintenant l'accessibilité pour les visiteurs. Cette approche équilibrée évite l'aggravation de la saturation des parkings de jour.

Un impact économique et territorial majeur

Fiscalité territoriale

Source régulière de taxe de séjour au bénéfice direct des communes et intercommunalités, contribuant au financement des politiques publiques locales.

Professionnalisation

Contribution à la structuration de la filière, contrairement au stationnement informel qui échappe à toute contribution territoriale.

Une ouverture saisonnière élargie

Une majorité des campings du Pays proposent une **ouverture étendue d'avril à septembre**, voire toute l'année pour certains établissements. Cette amplitude temporelle constitue un avantage concurrentiel majeur, permettant de capter la clientèle de l'avant et de l'arrière-saison.



Les campings doivent être considérés comme des maillons essentiels de l'écosystème d'accueil. Ils représentent la majorité des emplacements disponibles, renforcent la cohérence du maillage territorial et constituent des points d'appui stratégiques pour construire une offre lisible, qualitative et équilibrée.

Le schéma d'accueil décliné par territoires n'a donc vocation à intégrer que la structuration des aires publiques et privées, en complémentarité de l'offre déjà assurée par les campings.



Chapitre 4

Déclinaison territoriale

La stratégie territoriale s'articule autour des spécificités de chaque communauté de communes, avec une approche différenciée qui respecte les enjeux locaux tout en garantissant la cohérence globale du schéma d'organisation.

Déclinaison par territoire

Vue d'ensemble

Le schéma d'organisation territorial s'applique aux trois communautés de communes du Pays Cœur d'Hérault, avec des enjeux et des priorités spécifiques à chaque territoire.

3

Communautés de Communes

Lodevois et Larzac, Vallée de l'Hérault, Clermontais

160

Places Existantes

Réparties sur 23 sites d'accueil
(Hors Camping)


150 à 200

Nouvelles Places

Identifiées sur une vingtaine de nouveaux sites (dont une majorité de socio-professionnels)

L'objectif est de doubler la capacité d'accueil actuelle en privilégiant une approche qualitative et une répartition équilibrée sur l'ensemble du territoire. Cette stratégie s'appuie sur le développement de partenariats avec les acteurs privés (socio-professionnels, campings) pour limiter l'investissement public tout en garantissant une montée en qualité de l'offre.

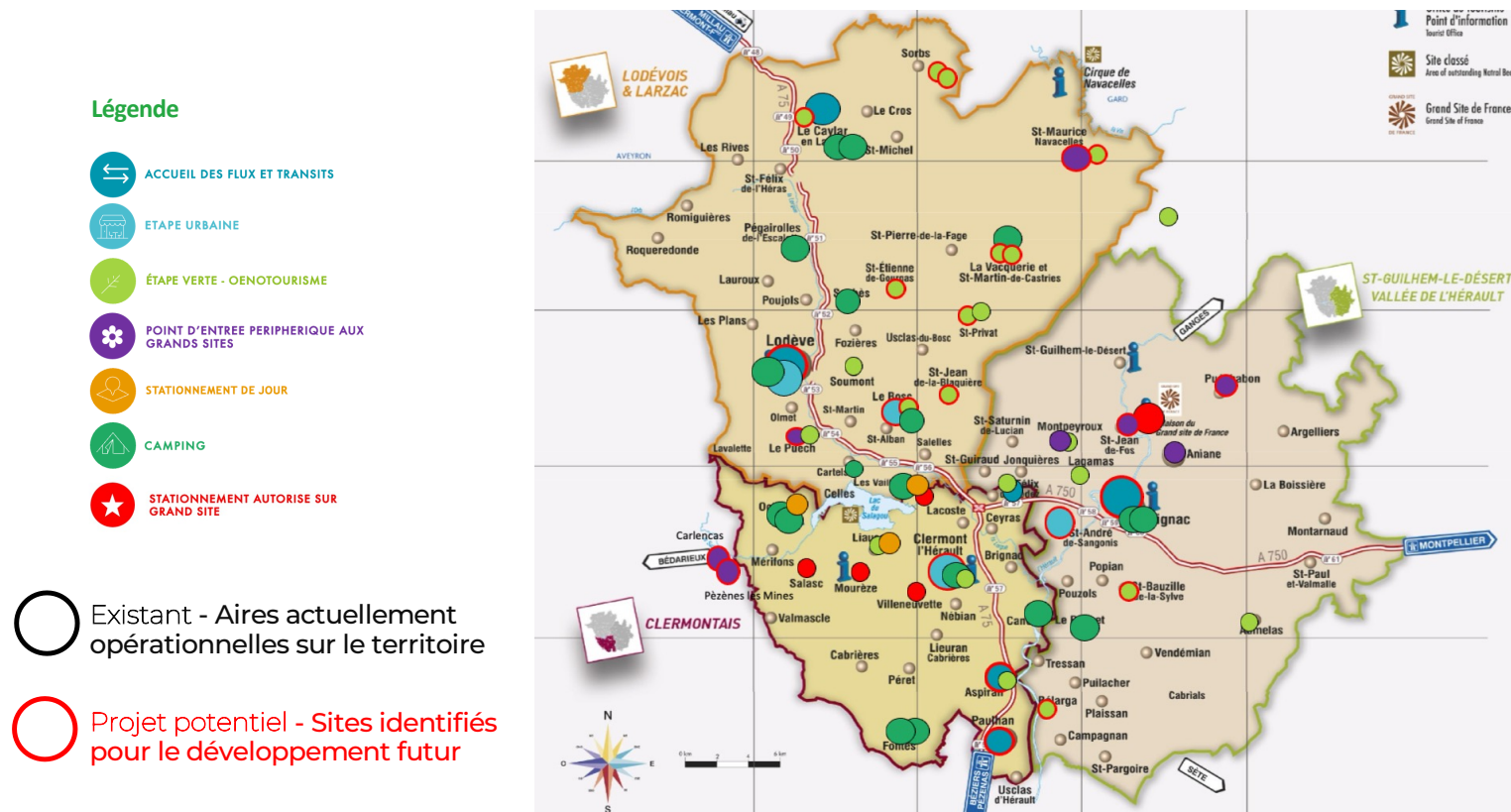
La mise en œuvre sera progressive, avec une priorisation des projets selon leur impact sur la résolution des problématiques identifiées et leur faisabilité opérationnelle. Une attention particulière sera portée à la cohérence inter-territoriale pour garantir l'efficacité du schéma global.

 La répartition territoriale vise à créer des complémentarités entre les trois communautés de communes, chacune développant ses spécificités tout en contribuant à l'objectif commun de gestion durable des flux de camping-cars.

Déclinaison par territoire

Schéma territorial global

Cartographie du schéma d'organisation territoriale pour l'accueil des camping-cars



Cette cartographie illustre la répartition spatiale des équipements existants et des projets d'aménagement, permettant de visualiser le maillage territorial envisagé et les liens entre les différentes typologies d'aires.

La stratégie vise à créer un réseau cohérent d'aires complémentaires, permettant de gérer les flux touristiques tout en préservant les sites sensibles et en valorisant l'ensemble du territoire.

Déclinaison par territoire: Lodévois & Larzac

Enjeux spécifiques au Lodévois & Larzac

Bilan de l'Existant

8

Sites Existants

Le Caylar, Lodève, Causses de la Selle,
Saint Privas, Soumons, Le Puech,
Saint Maurice de Navacelles, Baie des Vailhes

80

Places Actuelles

Capacité d'accueil totale disponible

9

Campings

Offre complémentaire structurante

Sites identifiés pour le développement de l'offre

Typologie	Places	Localisation/Projet
Accueil des Flux	10	Lodève
Étape Urbaine	10	Saint-André-de-Sangonis (potentielle)
Étapes Vertes	35	Saint Maurice de Navacelles, Saint Privat, La Vacquerie, Sorbs
Points d'entrée périphériques	20	Saint Maurice de Navacelles
Stationnement de jour	5	La Baume Oriol

Potentiel de développement identifié :
12 sites supplémentaires représentent un potentiel d'environ 80 places additionnelles, nécessitant une hiérarchisation stratégique pour l'implantation future.

Déclinaison par territoire: Lodévois & Larzac

Enjeux spécifiques au Lodévois & Larzac

Enjeux stratégiques



Densification Rurale Ciblée

Développement d'étapes vertes dans les communes actuellement peu équipées (Sorbs, Saint-Étienne-de-Gourgas), en prise d'appui sur le réseau France Passion.

Délestage des Sites Sensibles

Création de points d'entrée périphériques pour répondre à la surfréquentation des sites naturels remarquables. Focus sur le cirque de Navacelles via Saint-Maurice et le lac du Salagou par Le Puech.

Ces équipements de transition canalisent les flux, organisent les stationnements amont et proposent information-orientation, préservant la capacité écologique tout en maintenant l'accessibilité publique.

Pôle Structurant à Lodève

Développement d'une aire "flux et transit" ouverte toute l'année, bénéficiant de la connectivité urbaine et des services diversifiés de la ville-centre.

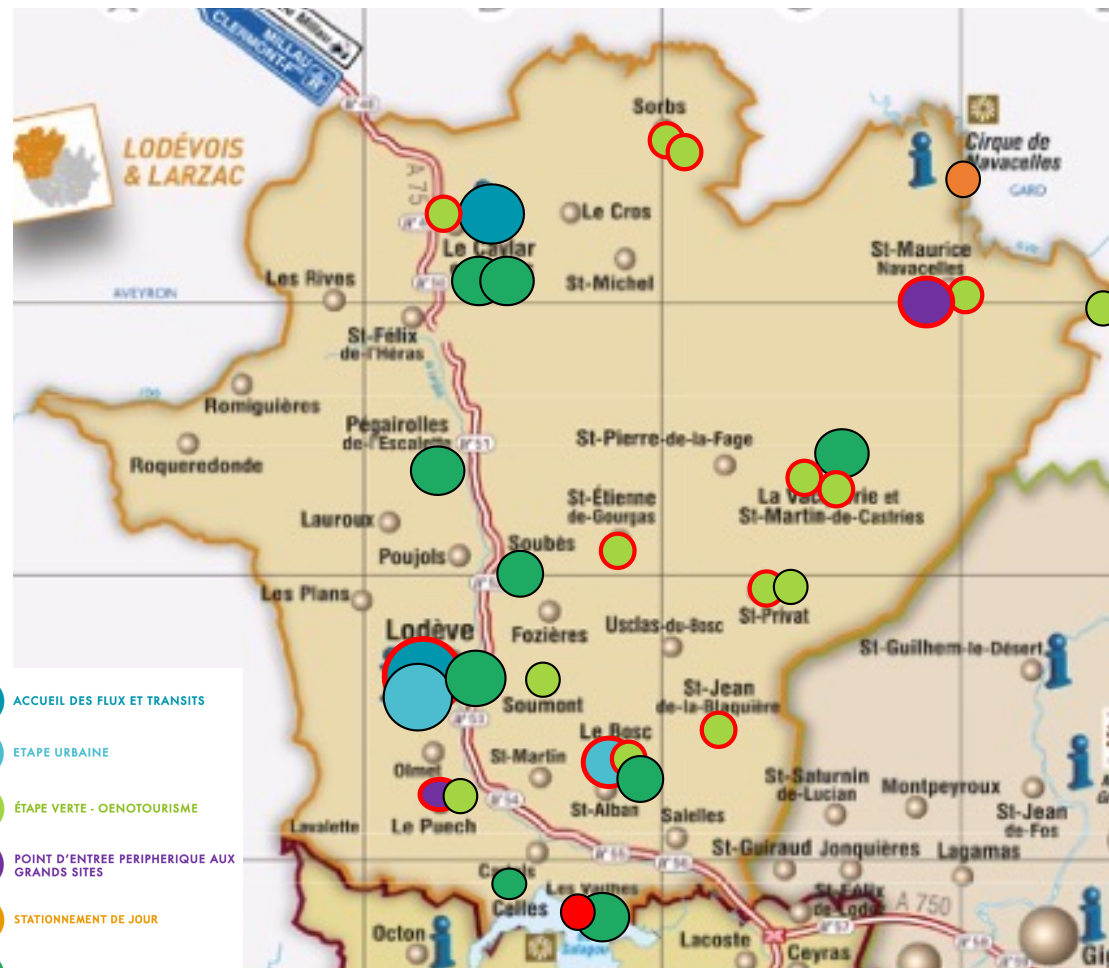
Cette plateforme territoriale proposerait information touristique, services techniques et logistiques, positionnant Lodève comme porte d'entrée stratégique pour l'exploration rayonnante du territoire et l'animation économique locale.

Déclinaison par territoire: Lodévois & Larzac

Vision cartographique

Cette approche cartographique permet de visualiser la complémentarité entre les équipements existants et les projets futurs.

L'objectif est de créer un maillage territorial qui permette de valoriser l'ensemble du territoire rural tout en préservant les sites sensibles (Cirque de Navacelles et Salagou)



La répartition géographique des aires projetées tient compte de l'accessibilité routière et de la proximité avec les points d'intérêt touristique, tout en évitant la sur-concentration sur les sites déjà saturés.

Structurer un accueil cohérent

Existant: Le Caylar, Lodève
À développer: Lodève (flux)

Désengorger les sites saturés

Existant: Celles, St-Maurice
À renforcer: Saint Maurice et Le Puech

Renforcer les itinérances

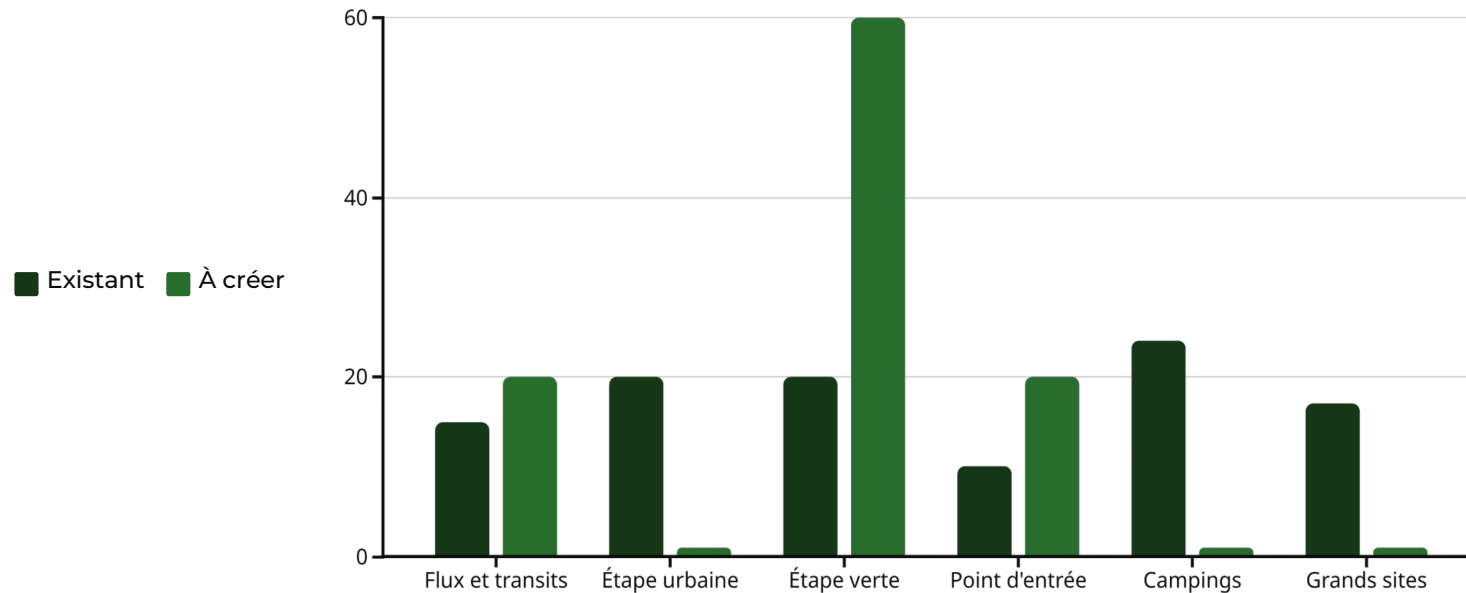
Existant: 4 étapes vertes rurales
À développer: 11 étapes potentielles dans 7 nouvelles communes

Consolider de l'activité des campings existants

9 campings

Déclinaison par territoire: Lodévois & Larzac

Évolution des capacités



Le graphique illustre l'évolution prévue des capacités d'accueil sur le territoire du Lodévois-Larzac. La stratégie privilégie une approche progressive, avec une montée en qualité des équipements existants parallèlement au développement de nouvelles capacités.

L'accent est mis sur la diversification de l'offre plutôt que sur l'augmentation massive du nombre de places, avec un développement privilégié de partenariats avec les acteurs locaux (étapes vertes, socio-professionnels) pour limiter l'investissement public tout en enrichissant l'expérience proposée aux visiteurs.

Cette approche permet de répartir l'effort financier dans le temps tout en garantissant une montée en qualité progressive de l'ensemble de l'offre d'accueil sur le territoire.

- ✓ Objectif : Doubler la capacité d'accueil actuelle en privilégiant la qualité et la répartition territoriale plutôt que la concentration sur quelques sites majeurs.

Déclinaison par territoire: Vallée de l'Hérault

Enjeux spécifiques de la Vallée de l'Hérault

Bilan de l'Existant

9

Sites d'Accueil
(Hors Campings) répartis sur le territoire

55

Places Disponibles
(Hors Campings)

7

Campings
Dont 4 avec services
dédiés aux camping-cars

Sites identifiés pour le développement de l'offre

Typologie	Places	Localisation/Projet
Accueil des Flux	15	Gignac (projet Camping Car Park – Mas de Palat)
Étape Urbaine	10	Saint-André-de-Sangonis (potentielle)
Étapes Vertes	15	Belarga et Saint-Bauzille
Points d'entrée périphériques	40	Puechabon, Saint Jean de Fos

7 nouveaux sites pour un total de 70 places additionnelles. Doublement de la capacité d'accueil actuelle.



Évolution majeure: Évolution de l'aire d'accueil du Pont du Diable

L'orientation retenue vise à transformer progressivement l'aire d'accueil actuelle en un site exclusivement réservé au stationnement de jour.

Le territoire de la Vallée de l'Hérault présente des enjeux particuliers liés à la présence du Grand Site de France et à la forte pression touristique estivale.

La stratégie de développement doit impérativement intégrer la problématique de délestage des sites saturés tout en préservant l'attractivité touristique du territoire.

Déclinaison par territoire : Vallée de l'Hérault

Enjeux spécifiques de la Vallée de l'Hérault

Enjeux stratégiques

Aires principales

Création d'une aire « flux » à Gignac en appui sur l'initiative privée (Mas Palat) + potentielle étape urbaine à Saint-André-de-Sangonis.

Stationnements périphériques

Renforcement des stationnements périphériques autour du Pont du Diable et Saint Guilhem (Aniane, St-Jean-de-Fos, Puechabon, Montpeyroux...).

Communes relais du maillage territorial

Étapes vertes complémentaires dans des communes relais (Belarga, St-Bauzille...).

Mobilités

Besoin de connecter aux mobilités douces et navettes estivales, PEM et piste cyclable vers le Grand Site (Départ Gignac)

Evolution de l'aire du pont du diable

Transformation progressive de l'aire d'accueil actuelle en un site exclusivement réservé au stationnement de jour.

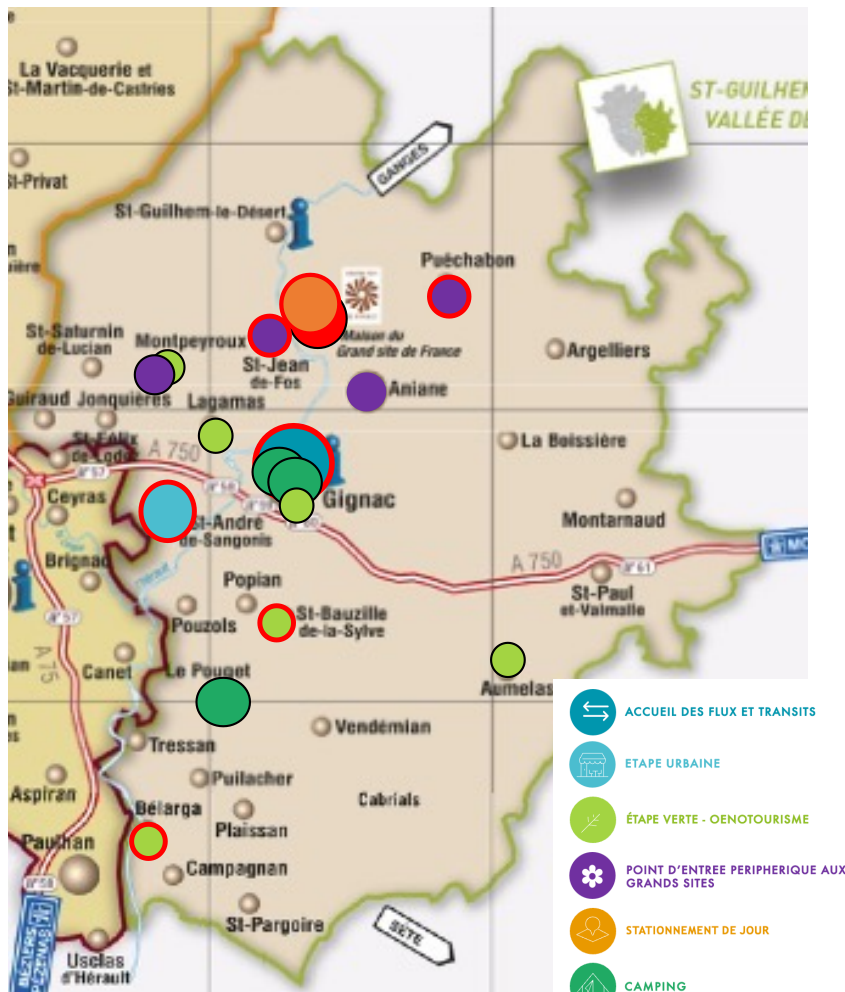
La stratégie proposée repose sur une approche de délestage organisé, avec la création de plusieurs aires périphériques connectées par des solutions de mobilité douce aux sites d'intérêt majeurs. Cette approche nécessite une coordination étroite avec les politiques de mobilité et de gestion des flux touristiques déjà engagées sur le territoire.

⚠ L'évolution de l'aire du Pont du Diable ne pourra toutefois être envisagée qu'après la mise en service et la consolidation des aires aménagées situées aux points d'entrée périphériques du Grand Site.
Dans l'attente de cette réorganisation, un travail spécifique de paysagement devra être entrepris sur le site afin d'améliorer son intégration et la qualité de l'accueil.

Déclinaison par territoire : Vallée de l'Hérault

Vision cartographique

Cette vision cartographique illustre la stratégie de délestage organisée mise en place autour du Grand Site de Saint-Guilhem-le-Désert. L'objectif est de créer un réseau d'aires périphériques qui permettent de maintenir l'accessibilité touristique tout en réduisant la pression sur les sites les plus sensibles.



○ Projet potentiel ○ Existant

★ STATIONNEMENT AUTORISÉ SUR GRAND SITE

Structurer l'accueil territorial

Création de 15 places à Gignac (projet Mas Palat) et 10 à Saint-André-de-Sangonis.

Désengorger les sites saturés

Nouveaux stationnements de délestage à Puechabon et Saint-Jean-de-Fos.

Renforcer les itinérances

Nouvelles étapes vertes à Belarga, Saint-Bauzille-de-la-Sylve et Nouvelles initiatives de socio-professionnels.

Articuler avec les mobilités douces

Connexion avec navettes estivales et circuits vélo existants.

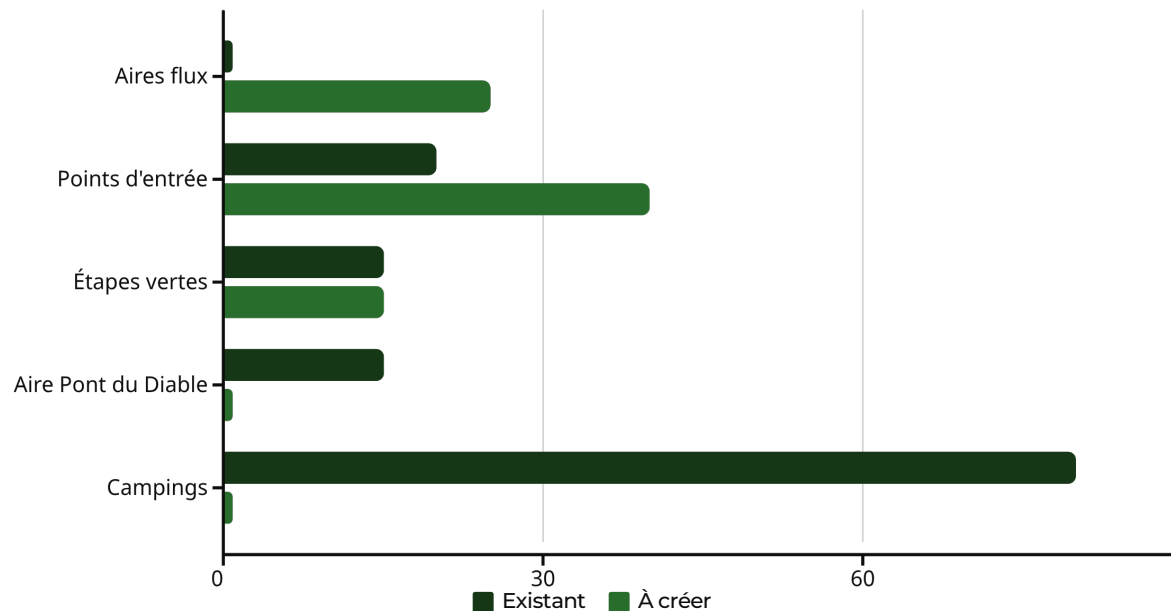
Consolider le confort des aires existantes

Montpeyroux, Aniane

Evolution de l'Aire du Pont du Diable vers un stationnement de jour

Déclinaison par territoire: : Vallée de l'Hérault

Évolution des capacités



L'évolution des capacités d'accueil sur le territoire de la Vallée de l'Hérault illustre une approche de redistribution des flux plutôt que d'augmentation massive des capacités. La suppression programmée de l'aire du Pont du Diable est compensée par la création de plusieurs aires périphériques mieux intégrées dans une stratégie globale de gestion des flux touristiques.

Cette approche permet de maintenir une capacité d'accueil équivalente tout en améliorant significativement la qualité de l'expérience proposée aux visiteurs et en réduisant l'impact sur les sites naturels sensibles. L'accent est mis sur la connexion de ces nouvelles aires aux solutions de mobilité existantes ou programmées.

La stratégie s'appuie également sur l'amélioration qualitative des aires existantes (Montpeyroux, Aniane) pour optimiser leur attractivité et leur fonctionnalité dans le dispositif global d'accueil territorial.

❗ La répartition des nouvelles capacités privilégie les points d'entrée périphériques (40 places) qui permettront de capter les flux en amont tout en offrant des alternatives qualitatives aux camping-caristes souhaitant visiter Saint-Guilhem-le-Désert.

Déclinaison par territoire: Le Clermontais

Enjeux spécifiques du Clermontais

Bilan de l'Existant

6

Sites

63 places

4

Grands sites

47 places - Mourèze, Salasc, Villeneuve, Clermont l'Hérault

4

Étapes vertes

21 places - Saint-Félix-de-Lodez, Clermont, Aspiran, Liausson

6

Campings

4 dotés d'aire de service

Sites identifiés pour le développement de l'offre

Typologie	Sites/Places	Localisation
Accueil des flux et transits	3 sites (30 places)	Clermont l'Hérault (10), Paulhan (10), Aspiran (10)
Étapes vertes	Maillage à définir (6 sites, 30 places)	Avec les socio-professionnels (France Passion, maximum 5 places par site)
Point d'entrée périphérique	4 site (10 places)	Structuration de Villeneuve et Octon (Aire Naturelle) Carlenas et Pèzènes les Mines (Communes Hors Pays)

Une dizaine de nouveaux sites pour un total de 70 places additionnelles potentielles. Doublement de la capacité d'accueil actuelle.

Le territoire du Clermontais présente la particularité d'être organisé autour du lac du Salagou, site naturel d'exception qui concentre une forte pression touristique.

L'enjeu principal consiste à créer des alternatives au stationnement direct sur les rives du lac, tout en maintenant l'accessibilité et l'attractivité de ce site emblématique pour les camping-caristes.

Déclinaison par territoire : Le Clermontais

Enjeux spécifiques du Clermontais

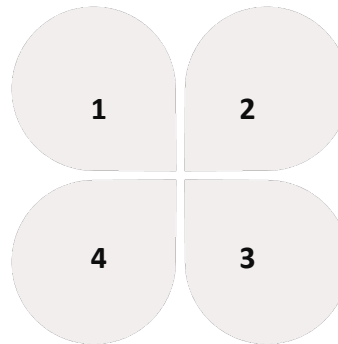
Enjeux stratégiques

Maillage secondaire
Consolidation du maillage secondaire : Salasc, Mourèze, Villeneuve.



Consolidation de l'activité des campings existants

Offre existante à qualifier pour l'accueil des Camping-cars d'Avril à Septembre: Octon, Fontes, Canet



Salagou

Réponse à la saturation du Salagou par création d'aires relais à Clermont,

La structuration des aires de Villeneuve et Octon

L'aménagement d'aires à Carlencas (Hors Pays) et Pèzènes les Mines (Hors Pays).



Mobilités douces

Nécessité de mieux intégrer la voie verte et les mobilités douces dans l'accueil.

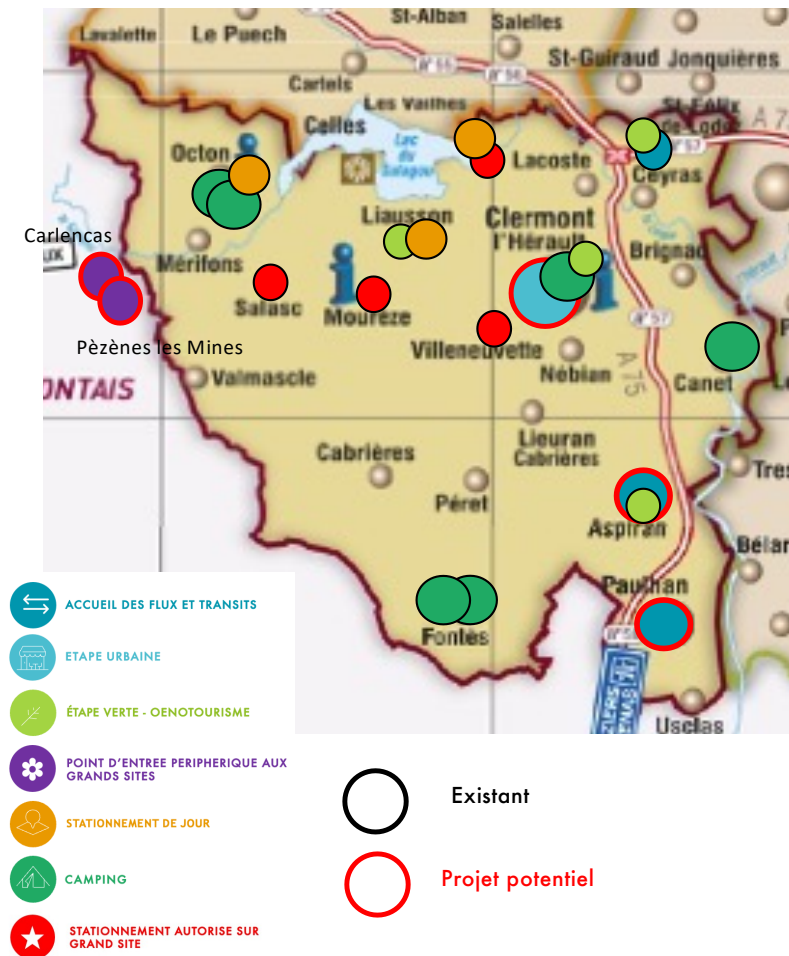
Le territoire du Clermontais bénéficie d'une position centrale dans le Pays Cœur d'Hérault, avec le lac du Salagou, le cirque de Mourèze et un patrimoine viticole riche.

La stratégie proposée s'appuie sur cette diversité pour créer un réseau d'aires complémentaires, chacune valorisant un aspect particulier du territoire. L'objectif est de transformer l'actuelle concentration sur le seul lac du Salagou en un parcours de découverte plus large et mieux réparti territorialement.

L'intégration de la voie verte et des mobilités douces constitue un enjeu particulier sur ce territoire, compte tenu des infrastructures existantes et des projets en cours de développement.

Déclinaison par territoire : Le Clermontais

Vision cartographique



1

Structurer l'accueil territorial

Création de trois aires « flux »: prioritairement à Clermont, et dans un second temps à Aspiran et Paulhan.

2

Désengorger le Salagou

Nouveaux points d'entrée à Clermont l'Hérault, Structurer les aires de Villeneuve et Octon (Aire Naturelle).
Carlencas (Hors Pays) et Pèzènes les Mines (Hors pays).

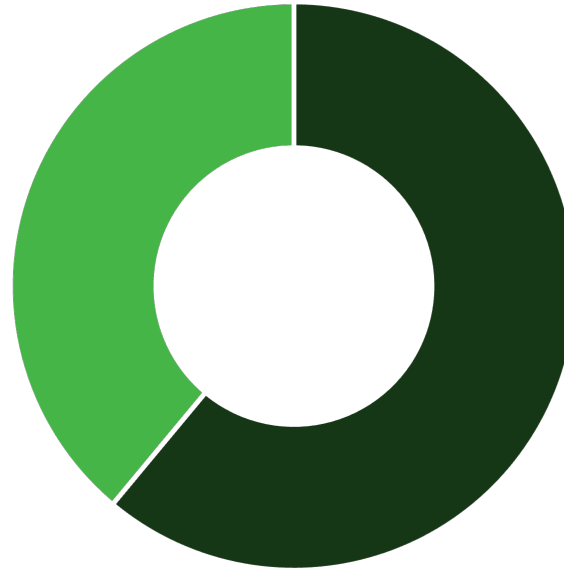
3

Développer les itinérances

Maillage à développer avec les socio-professionnels:
Prise d'appui sur les initiatives des socio-professionnels émergents sur le territoire (prospection nécessaire – Réseau France Passion) et sur les campings existants

Déclinaison par territoire : Le Clermontais

Évolution des capacités



■ Existant ■ À créer

L'évolution des capacités d'accueil sur le territoire du Clermontais illustre une stratégie équilibrée entre développement de nouvelles capacités et amélioration qualitative de l'existant. La priorité est donnée à la création d'aires de flux et de points d'entrée périphériques qui permettent de mieux gérer les flux touristiques autour du lac du Salagou.

Cette approche progressive permet de tester l'efficacité des nouvelles aires avant d'engager des investissements plus importants, tout en s'appuyant sur les partenariats avec les acteurs privés (socio-professionnels, campings) pour enrichir l'offre sans multiplier les équipements publics.

L'objectif est de créer un écosystème d'accueil diversifié qui permette de répondre aux différents profils de camping-caristes tout en préservant la qualité environnementale et paysagère qui fait la réputation du territoire.

Répartition des nouvelles capacités

Aires de flux (20 places)

Paulhan et Aspiran pour capter le transit

Points d'entrée (30 places)

Délestage du Salagou via Clermont l'Hérault,
Structuration de Villeneuve et Octon
(Aire naturelle)
Et Hors Pays: Carlencas, Pèzènes

Étapes vertes (20 places)

Partenariats avec socio-professionnels à développer

Déclinaison par territoire

Synthèse des enjeux par territoire

La mise en œuvre du schéma d'organisation nécessite une approche différenciée selon les spécificités de chaque territoire, tout en maintenant la cohérence d'ensemble à l'échelle du Pays Cœur d'Hérault.

Lodévois & Larzac

Priorité : Création d'une aire structurante à Lodève et délestage de Navacelles

Actions clés : Création d'étapes vertes en milieu rural, point d'entrée à Saint-Maurice-de-Navacelles, renforcement du pôle de Lodève

Vallée de l'Hérault

Priorité : Délestage de Saint-Guilhem et articulation avec les mobilités

Actions clés : Aires périphériques connectées aux navettes, suppression de l'aire du Pont du Diable, création du pôle de Gignac

Clermontais


Priorité : Diversification autour du Salagou et développement des flux

Actions clés : Aires de délestage du Salagou, pôles de transit sur les axes principaux.

Cette approche territorialisée permet d'adapter la stratégie aux réalités locales tout en garantissant la cohérence globale du dispositif. Chaque territoire développe ses spécificités tout en contribuant à l'objectif commun de répartition des flux et d'amélioration de la qualité d'accueil.

La réussite de cette stratégie repose sur la capacité des trois communautés de communes à coordonner leurs actions et à développer une vision partagée du développement du tourisme en camping-car sur l'ensemble du Pays Cœur d'Hérault.

- ✓ Les complémentarités entre territoires permettront de proposer aux camping-caristes des parcours de découverte diversifiés, valorisant l'ensemble des richesses patrimoniales du Pays Cœur d'Hérault tout en préservant les sites les plus sensibles.



Chapitre 5

Hiérarchisation et feuille de route opérationnelle

Hiérarchie des priorités

1/ Réduire les impacts et sécuriser les sites en tension

1

Mettre en place des dispositifs de gestion environnementale

sur les aires existantes et à créer

Parallèlement aux nouveaux aménagements, il est essentiel d'améliorer la gestion environnementale des aires existantes. Cette démarche contribuera à améliorer l'image du territoire et à réduire les impacts négatifs du tourisme en camping-car.

2

Créer/consolider des aires de délestage (points d'entrée aux grands sites)

Cette priorité vise à apporter des solutions immédiates aux problématiques de saturation identifiées sur les trois Grands Sites du territoire. La création d'aires de délestage permettra de réduire rapidement la pression sur les espaces les plus sensibles tout en maintenant l'attractivité touristique.

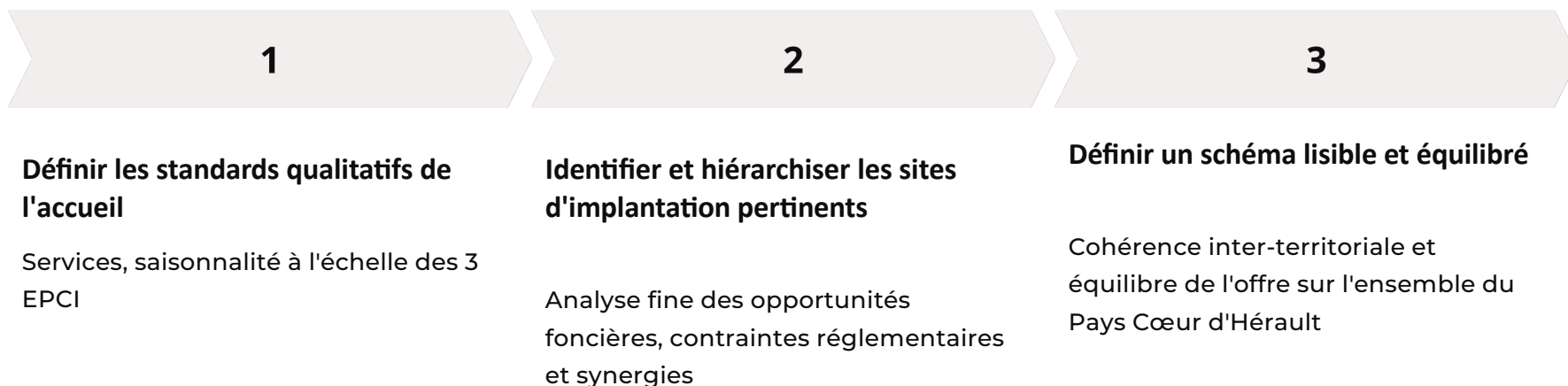
Les sites prioritaires identifiés sont Saint-Maurice-de-Navacelles pour le Cirque de Navacelles, Aniane/Puechabon/Saint-Jean-de-Fos pour Saint-Guilhem-le-Désert, et Villeneuve et Octon pour le lac du Salagou.



Cette phase d'urgence doit être mise en œuvre rapidement (2026-27) pour éviter une dégradation supplémentaire de la situation sur les sites les plus fréquentés et limiter les conflits d'usage qui pourraient compromettre l'acceptabilité locale du projet.

Hiérarchie des priorités

2/ Structurer une stratégie territoriale d'accueil



Cette seconde phase consiste à mettre en œuvre le schéma territorial dans sa globalité, en veillant à la cohérence inter-territoriale et à l'équilibre de l'offre sur l'ensemble du Pays Cœur d'Hérault.

L'élaboration de cahiers des charges types pour chaque typologie d'aire permettra de garantir la cohérence qualitative de l'ensemble des réalisations, qu'elles soient publiques ou privées.

Cette phase de structuration est cruciale pour assurer la cohérence et l'efficacité de la stratégie territoriale. L'enjeu consiste à passer d'une logique de développement ponctuel et réactif à une approche planifiée et proactive, capable de répondre aux besoins actuels tout en anticipant les évolutions futures du marché du camping-car.

Hiérarchie des priorités

3/ Mettre en œuvre des solutions opérationnelles

Lancer un Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI)

Pour accompagner les communes. La mise en place d'un AMI permettra d'identifier les porteurs de projet potentiels et de les accompagner dans la réalisation de leurs projets, en s'appuyant sur les financements disponibles, notamment LEADER.

Développer les relais privés

Agritourisme, vignerons, socio-professionnels. Le développement de partenariats avec les acteurs privés permettra d'enrichir l'offre d'accueil sans mobiliser de fonds publics importants.

Déployer rapidement les aménagements sur les sites prioritaires

Cette phase opérationnelle doit permettre de concrétiser les orientations stratégiques par des réalisations tangibles, en commençant par les sites identifiés comme prioritaires dans la première phase.

Mobiliser les financements

LEADER, autres. L'identification et la mobilisation des sources de financement disponibles permettront de soutenir la réalisation des projets identifiés.

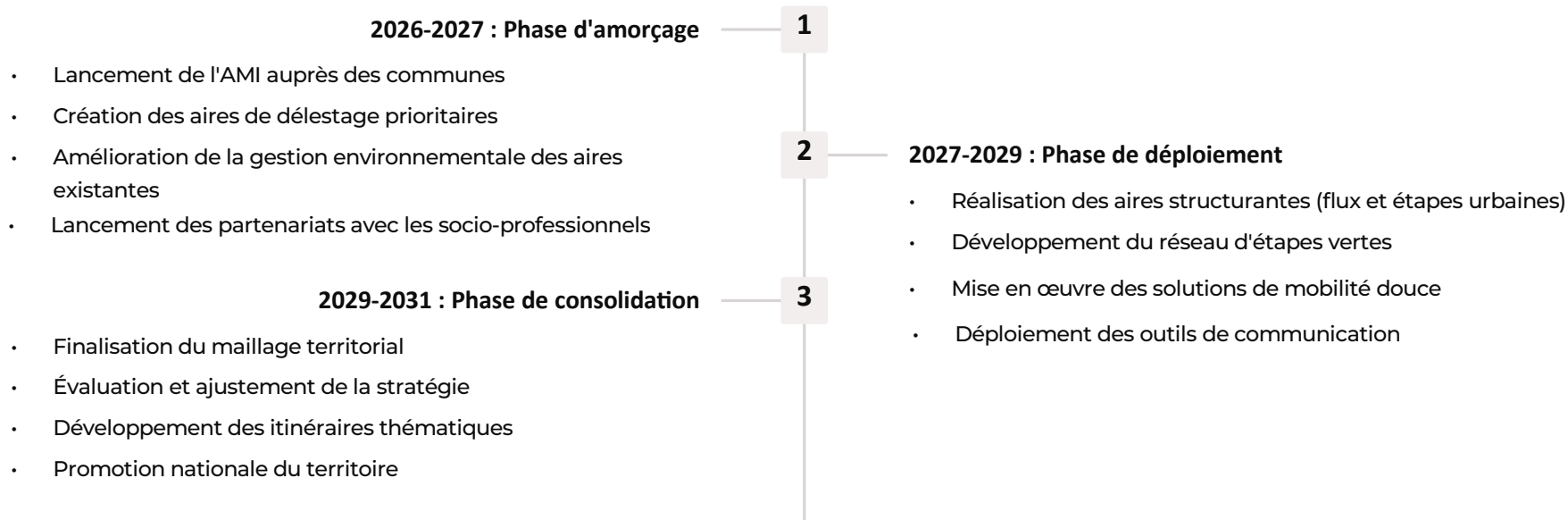
Il est également essentiel d'articuler ces actions avec les mobilités durables en connectant les aires aux pôles de mobilité (transport en commun, vélos, parkings relais) et en encourageant les séjours sans voiture sur les grands sites.

Le renforcement de la gouvernance et de la communication passe par la co-construction d'une stratégie commune avec les OT, GSF et élus, la promotion d'une offre coordonnée et responsable auprès des clientèles, et la sensibilisation des habitants et prestataires.

- ✓ Cette approche progressive et concertée permettra de transformer les défis actuels en opportunités de développement territorial durable, positionnant le Pays Cœur d'Hérault comme un territoire d'excellence pour l'accueil des camping-cars.

Calendrier et étapes de mise en œuvre

La mise en œuvre du schéma d'organisation s'échelonne sur une période de 5 ans, avec une approche progressive permettant d'ajuster la stratégie en fonction des premiers résultats obtenus.



20 à 30

**Nouvelles aires, dont
une vingtaine de socio-professionnels (ex: France Passion)**
Objectif de création sur 5 ans

150 à 200

Places supplémentaires (hors campings)
Capacité additionnelle visée

Ce calendrier prévisionnel devra être adapté en fonction des opportunités de financement, des disponibilités foncières et de l'engagement des différents partenaires. Une évaluation annuelle permettra d'ajuster les priorités et de maintenir la dynamique de projet.

L'objectif est de pouvoir présenter des premiers résultats tangibles dès la fin de l'année 2026, avec la mise en service des premières aires de délestage et l'amélioration visible de la gestion des aires existantes.



Chapitre 6

Valorisation et communication de l'offre

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

Diagnostic de la communication territoriale actuelle

Visibilité Insuffisante

Le Pays souffre d'un manque de supports spécifiques destinés aux camping-caristes.

L'absence de cartographie unifiée et la dispersion des informations entre les différents acteurs créent une confusion préjudiciable à l'expérience visiteur.

Communication Fragmentée

Les initiatives demeurent isolées entre les offices de tourisme, les campings, et les plateformes collaboratives.

Cette approche en silos nuit à l'efficacité globale de la communication et limite la portée des messages.

Lacunes Opérationnelles

La signalétique hétérogène et le faible recours aux outils numériques constituent autant d'obstacles à une communication efficace.

Ces déficiences techniques impactent directement la qualité de l'accueil.

Cette fragmentation empêche une approche cohérente et complète de l'offre du Pays Coeur d'Hérault.

Une coordination renforcée s'avère indispensable pour maximiser l'impact des actions entreprises et transformer les défis actuels en opportunités de développement.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

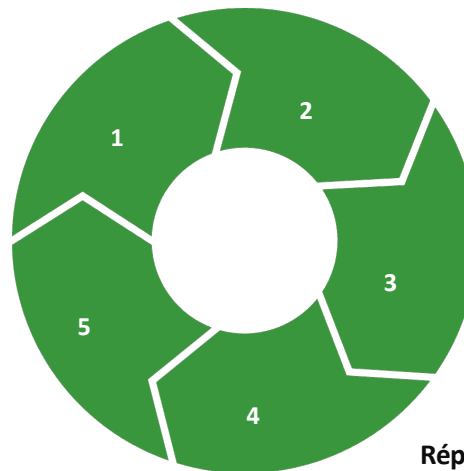
Objectifs stratégiques à atteindre

Information et Guidage

Développer des supports de communication lisibles, fiables et accessibles pour mieux informer et orienter les camping-caristes dans leurs choix et déplacements sur le territoire.

Image Territoriale

Renforcer le positionnement du Pays Coeur d'Hérault comme destination durable, innovante et qualitative dans le domaine du tourisme itinérant.



Valorisation des Aires

Transformer chaque aire d'accueil en véritable porte d'entrée qualitative sur le territoire, créant ainsi des points d'ancrage stratégiques pour l'exploration touristique.

Prolongation du Séjour

Inciter à l'allongement de la durée de séjour par la proposition de circuits thématiques attractifs et d'activités locales authentiques et diversifiées.

Répartition des Flux dans l'espace et dans le temps (désaisonnalisation)

Optimiser la distribution des flux touristiques pour désengorger les sites saturés tout en irrigant et dynamisant les zones rurales moins fréquentées du territoire.

Vision stratégique : Faire du Pays Coeur d'Hérault une référence nationale en matière d'accueil responsable et innovant des camping-caristes, conjuguant excellence touristique et préservation environnementale.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

Leviers d'Action Stratégiques

01

Réorientation des Flux

Développer une communication numérique ciblée pour guider les camping-caristes vers les aires moins fréquentées ou alternatives.

Renforcer la présence sur les plateformes spécialisées (Park4Night, Camping-Car Park, Caramaps, France Passion, ...) et déployer une signalétique directionnelle cohérente sur l'ensemble du territoire.

02

Valorisation de l'Offre

Concevoir des itinéraires thématiques dédiés.

Créer une cartographie unifiée des aires et campings, disponible en format papier et numérique interactif.

03

Communication Harmonisée

Lancer le portail "Cœur d'Hérault en camping-car" avec suggestions personnalisées.

Harmoniser les périodes d'ouverture et standardiser la signalétique par typologie d'aire.

04

Mobilités Alternatives

Informier clairement sur les solutions de transport alternatives au véhicule personnel : liaisons LiO, transport à la demande, navettes estivales.

05

Sensibilisation Responsable

Élaborer une charte du camping-cariste responsable intégrant bonnes pratiques environnementales et respect des zones sensibles.

06

Gouvernance Collaborative

Structurer une co-construction stratégique impliquant offices de tourisme, Grands Sites de France pour une promotion coordonnée et responsable à l'échelle du Pays.

Ambition : Faire du Cœur d'Hérault la destination de référence pour un camping-car responsable et valorisant, alliant excellence de l'accueil et préservation du patrimoine territorial.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

Outils opérationnels de mise en oeuvre

Le développement d'un accueil de qualité pour les camping-caristes nécessite la mise en place d'outils opérationnels cohérents et efficaces. Ces dispositifs permettent non seulement d'améliorer l'expérience des visiteurs, mais également de structurer l'offre territoriale de manière professionnelle et durable.

Cette approche globale s'articule autour de quatre axes stratégiques : l'information et la communication, la signalétique et les aménagements, les outils numériques, et enfin la médiation et la sensibilisation. Chaque volet contribue à créer un écosystème d'accueil performant qui valorise le territoire tout en répondant aux attentes spécifiques de cette clientèle en pleine expansion.

A. Information & Communication

Guides pratiques multilingues, cartes interactives et application mobile dédiée

C. Signalétique & Aménagements

Kit harmonisé et bornes d'information.

B. Outils Numériques

Présence sur plateformes spécialisées et interopérabilité des systèmes

D. Gouvernance et coordination de la stratégie Camping-car

Comité de pilotage, Charte graphique et éditoriale commune, Dispositifs de suivi et d'évaluation.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

A. Supports d'information et de communication

Guide pratique du Camping-Cariste

Le guide pratique constitue l'outil de référence pour accompagner les camping-caristes dans leur découverte du Pays Coeur d'Hérault. Sa conception multilingue (français, anglais, allemand, néerlandais) répond aux profils internationaux de cette clientèle. La version papier sera diffusée largement dans les offices de tourisme, campings, mairies, domaines viticoles, ... stations-service, créant un maillage territorial optimal.

La version numérique téléchargeable enrichit considérablement l'offre en intégrant cartes interactives, informations pratiques actualisées en temps réel, et conseils en matière de bonnes pratiques environnementales. Cette double approche physique et digitale garantit une accessibilité maximale de l'information.

L'objectif est de créer une expérience d'accueil cohérente sur l'ensemble du territoire

Conception de circuits thématiques



Route des Vins et Terroirs

Fiches thématiques dédiées à la découverte du patrimoine viticole et oleicole, avec cartes détaillées des domaines partenaires et suggestions de dégustations.



Villages de Caractère

Parcours culturels mettant en valeur l'architecture et l'histoire des villages emblématiques du territoire, avec informations pratiques pour le stationnement.



Panoramas et Randonnées

Itinéraires nature adaptés aux camping-caristes, incluant points de vue remarquables et sentiers de randonnée accessibles depuis les aires d'accueil.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Cœur Hérault

B. Outils numériques - Interopérabilité

La réussite de la stratégie de valorisation et de communication passe par une **présence numérique renforcée** sur les canaux utilisés en priorité par les camping-caristes. Ces usagers préparent leurs séjours en ligne, s'informent via les plateformes collaboratives et partagent leurs expériences sur les réseaux sociaux. Le Pays Cœur d'Hérault doit donc se rendre **visible et attractif** sur ces outils.

Présence systématique sur les plateformes

Park4Night, Caramaps, Camping-Car Park, AirePark, ... : mise à jour régulière des informations pratiques (localisation, capacité, tarifs, services disponibles, périodes d'ouverture).

Cette présence garantit une visibilité optimale auprès des 2,6 millions de camping-caristes français qui utilisent ces outils pour planifier leurs voyages.

Réseaux thématiques valorisants

Exemples:

France Passion 2200 adresses d'exploitants agricoles et viticoles accueillant gratuitement des camping-caristes contre achats locaux.

Bivouacs by Huttopia sites nature immersifs pour vans et fourgons aménagés, mettant en valeur la proximité des espaces naturels.

Contenus spécifiques territoriaux

Insertion de contenus valorisants : photos professionnelles, textes mettant en avant le patrimoine local, itinéraires thématiques personnalisés et recommandations d'acteurs locaux.

Diffusion de messages promotionnels ciblés encourageant la découverte approfondie du territoire en combinant plusieurs aires d'étape.

L'objectif n'est pas de créer un outil isolé, mais de s'insérer intelligemment dans les écosystèmes numériques déjà utilisés par les camping-caristes. Cette approche pragmatique maximise l'efficacité des investissements tout en touchant directement la cible sans effort de redirection.

Le Pays Cœur d'Hérault bénéficie ainsi de la fréquentation massive de ces plateformes tout en y développant sa propre identité territoriale. Cette stratégie permet d'orienter les flux vers les aires locales tout en promouvant les atouts spécifiques de notre territoire.

Cette stratégie numérique vise à **s'insérer intelligemment dans les écosystèmes numériques déjà utilisés par les camping-caristes**, tout en y mettant en avant les spécificités du Pays Cœur d'Hérault : ses paysages remarquables, ses circuits thématiques diversifiés et son maillage d'aires complémentaires.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Cœur Hérault

B. Outils numériques - Site Internet / Application "Cœur d'Hérault en Camping-Car"

Créer une porte d'entrée numérique unique pour les camping-caristes et vanlifers, intégrée à l'écosystème touristique du Pays Cœur d'Hérault. Cet outil révolutionnaire centralise toute l'information utile et offre une expérience fluide, intuitive et multilingue, accompagnant les voyageurs avant, pendant et après leur séjour dans cette région d'exception.

Cartographie Interactive

Localisation géolocalisée de toutes les aires, campings et points de service avec distinction claire par typologie (flux, urbaine, verte, périphérique) grâce à un code couleur harmonisé. Filtres avancés pour services disponibles, accessibilité PMR et grand gabarit, tarifs et périodes d'ouverture.

Informations Pratiques

Fiches détaillées pour chaque site incluant descriptions complètes, capacités, services, photos haute qualité, tarifs actualisés et règles d'utilisation. Calendrier des ouvertures avec section mobilités dédiée.

Circuits Thématiques

Itinéraires spécialement conçus pour camping-caristes : Route des vins & terroirs, parcours patrimoine & villages historiques, découverte des grands paysages du Salagou et Navacelles. Téléchargement possible en format GPX et PDF.

Services Additionnels Innovants

- Traduction multilingue (français, anglais, allemand, néerlandais)
- Espace "Charte du camping-cariste responsable" avec bonnes pratiques
- Mode hors connexion pour consultation des cartes téléchargées
- Alertes en temps réel sur fermetures temporaires et événements

Gouvernance et Contenu

Animation éditoriale confiée au Pays en collaboration avec les Offices de Tourisme et gestionnaires.

Mise à jour collaborative des données par les gestionnaires d'aires, OT et collectivités, avec création d'un comité de suivi numérique garantissant qualité et régularité de l'information.

"Cet outil doit être pensé comme un hub numérique territorial, capable d'articuler la visibilité sur les grandes plateformes spécialisées et une centralisation locale permettant de maîtriser le message, valoriser les spécificités et renforcer l'identité du Pays Cœur d'Hérault."

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

C. Signalétique et aménagements d'information

La signalétique actuelle, dispersée et hétérogène, limite l'attractivité touristique. Une stratégie cohérente est essentielle pour améliorer la visibilité, fluidifier les flux de visiteurs et valoriser l'image du Pays Cœur d'Hérault.

Kit de Signalétique Harmonisée

Code couleur par typologie (exemples)

- **Bleu** → Aires de flux et transit
- **Jaune** → Étapes urbaines
- **Vert** → Étapes vertes / agritourisme
- **Orange** → Points d'entrée périphériques
- **Violet** → Aires "vanlife"

Pictogrammes standardisés

Services : eau, vidange, électricité, wifi.

Mobilités : navettes, circuits vélo, transports.

Bornes d'information

Ces bornes seront des portes d'entrée pour les camping-caristes. Leur conception robuste et multilingue permettra une intégration paysagère optimale.

Contenus :

- Plan du Pays, circuits thématiques
- Services locaux
- QR code application mobile
- Charte camping-cariste
- Horaires navettes, lignes départementales, covoiturage, itinéraires cyclables.
- Marchés, festivals, visites, animations.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

D. Gouvernance et coordination de l'offre camping-car

La mise en œuvre de la stratégie de communication et de valorisation de l'offre camping-car nécessite une **gouvernance structurée et partagée**. Cette approche collaborative doit associer les acteurs publics (Pays, communautés de communes, OT, Grands Sites, Hérault Tourisme) et privés (gestionnaires d'aires, campings, réseaux agritouristiques), afin d'assurer la cohérence des messages, la régularité des mises à jour et le suivi des impacts sur l'ensemble du territoire.



Comité de pilotage dédié

Un COFIL spécialisé sera institué, réunissant le Pays Cœur d'Hérault en tant que chef de file, les Offices de Tourisme comme relais opérationnels, Hérault Tourisme pour l'expertise méthodologique, les Grands Sites de France pour l'articulation avec les enjeux de protection, ainsi que les gestionnaires privés et publics d'aires et les réseaux partenaires spécialisés.



Charte graphique commune

Une identité visuelle harmonisée garantira la lisibilité du dispositif avec des codes couleurs et pictogrammes normalisés par typologie d'aire, un ton et vocabulaire uniformisés, des traductions multilingues standardisées, et des règles de diffusion numérique cohérentes sur toutes les plateformes spécialisées comme Park4Night et Caramaps.



Suivi et évaluation

Un dispositif de monitoring annuel mesurera le taux d'occupation des aires, la durée moyenne de séjour, la répartition des flux entre les aires, et la satisfaction client via les plateformes d'avis. Ces données alimenteront un rapport annuel partagé au COFIL pour ajuster les actions.

Missions stratégiques du comité de pilotage

Coordination des messages

Définir et harmoniser les messages diffusés aux clientèles camping-car en veillant à la cohérence entre tous les territoires et acteurs impliqués dans la stratégie de communication.

Mise à jour continue

Assurer la mise à jour régulière des informations pratiques essentielles : tarifs actualisés, disponibilités en temps réel, horaires d'ouverture et services proposés.

Priorisation stratégique

Arbitrer les priorités de communication selon les événements, organiser des campagnes ciblées et optimiser l'allocation des ressources promotionnelles sur le territoire.

Reporting institutionnel

Organiser un reporting annuel structuré auprès des élus du Pays et du Département pour valoriser les résultats et ajuster la stratégie d'ensemble.

Pistes d'amélioration de la communication de l'offre Camping-Car sur le Pays Coeur Hérault

En synthèse

Un plan d'action coordonné pour développer une offre touristique camping-car structurée et attractive sur le territoire du Cœur d'Hérault

1	2	3	4
Préparer et structurer l'offre Création d'une cartographie unifiée des aires et campings, développement de guides pratiques multilingues avec fiches thématiques (route des vins, villages de caractère, panoramas). Élaboration d'une charte graphique commune avec codes couleurs et pictogrammes standardisés pour assurer une cohérence visuelle territoriale.	Déployer les outils numériques Renforcement de la présence sur les plateformes spécialisées (Park4Night, Caramaps, Camping-Car Park). Développement du site "Cœur d'Hérault en camping-car" avec cartographie interactive, disponibilités temps réel, circuits téléchargeables GPX/PDF et mode hors connexion pour optimiser l'expérience utilisateur.	Installer signalétique harmonisée Déploiement du kit de signalétique territoriale avec code couleur par typologie d'aire et pictogrammes standardisés. Installation de bornes d'information intégrant plan du Pays, QR codes, charte du camping-cariste responsable et informations sur les mobilités locales (navettes, liO, TAD, vélo).	Coordonner et piloter Création d'un COPIL communication associant Pays, OT, Hérault Tourisme et partenaires privés. Missions : coordination des messages, mise à jour continue, arbitrage stratégique. Mise en place d'un baromètre annuel mesurant taux d'occupation, durée de séjour, flux et retombées économiques pour pilotage et transparence.

- ✔ Objectif stratégique : Positionner le Cœur d'Hérault comme destination camping-car de référence grâce à une approche coordonnée, des outils performants et une communication unifiée auprès des camping-caristes et partenaires locaux.



Annexes

Fiches typologies des aires d'accueil



Accueil des flux et transits

Ces aires sont conçues pour offrir une capacité d'accueil importante (10 à 30 places, jusqu'à 50 pour les grands axes) sur les grands axes routiers. Leur objectif est de capter les flux de véhicules de loisirs, d'inciter à l'arrêt et de promouvoir le tourisme local, tout en désengorgeant les centres-villes.

Vocation principale

Véritable porte d'entrée du territoire, ces aires sont le premier contact pour les visiteurs. Elles doivent offrir une image accueillante et informative, présentant les attraits touristiques, services et produits locaux pour inciter les usagers à prolonger leur séjour.

Contexte territorial

La localisation est cruciale : proximité immédiate des échangeurs autoroutiers (ex. A75/A750) pour une grande visibilité et facilité d'accès. Elles peuvent aussi être près de zones commerciales ou de bourgs pour synergies et accès aux services. Une étude d'impact est recommandée pour l'intégration.

Modalités d'utilisation

Ces aires sont destinées à des séjours courts, généralement 1 à 3 nuits maximum, pour favoriser la rotation. La gestion des arrivées et départs doit être fluide (bornes automatiques, applications) pour optimiser l'occupation.

Caractéristiques de base et gestion

- Capacité : Varie de 10 à 30 places pour les sites à fort potentiel.
- Tarif : Généralement entre 5 et 12 €/nuit, incluant souvent les services. La tarification dynamique est possible.
- Période : Idéalement toute l'année, avec une gestion continue des accès et de la maintenance.
- Statut : Gérées comme parking ou aire communale, par la collectivité ou un opérateur privé (ex. Camping-Car Park).
- Coûts initiaux : Investissement de 50 000€ à 200 000€ pour 10-20 places, selon le niveau de services..
- Rentabilité et impact économique : Chaque nuitée génère 30-50€/jour de dépenses locales, dynamisant l'économie.
- Aspects réglementaires : Respect des normes d'urbanisme (PLU/SCOT), accessibilité PMR, normes électriques et gestion des eaux usées.

Niveaux de service

Basique

Aire stabilisée pour la propreté et portance. Accès à l'eau potable pour remplissage et zone de vidange des eaux grises et noires avec rinçage, tri sélectif des déchets.

Intermédiaire

En plus du basique : bornes électriques individuelles (6-10A), sanitaires propres et entretenus, éclairage public pour sécurité.

Complet

En plus de l'intermédiaire : sécurisation accrue (clôture, portail, vidéosurveillance), Wi-Fi, borne de paiement CB,

Autres caractéristiques et bonnes pratiques

Insertion paysagère et environnementale

Utiliser des revêtements perméables pour gérer les eaux pluviales.
Planter des essences locales pour l'esthétique et la fraîcheur.

Information / Signalisation et communication

Signalétique routière claire en amont. Inscription sur applications dédiées (Park4Night, Caramaps).
Panneau d'information sur place avec plan du bourg et activités.

Synergie avec le territoire et partenariats

Faciliter l'accès piéton/cyclable aux commerces et services locaux.
Développer des partenariats avec les acteurs locaux pour offrir des avantages aux usagers.

Autres activités et retours d'expérience

Proposer des aménagements complémentaires comme un espace pique-nique, des bornes de recharge pour vélos électriques, ou des infos sur des sentiers.



Étape urbaine

Ces aires, de capacité limitée (≤ 20 places), sont intégrées au tissu urbain ou en périphérie immédiate des centres-villes. Leur objectif principal est de favoriser la consommation locale en incitant les camping-caristes à s'arrêter près des commerces, services et du patrimoine. Elles visent à soutenir l'économie des petits commerces et à offrir une immersion rapide dans la vie locale.

Vocation principale : Soutien à l'économie locale

Soutenir les centres-bourgs et leurs commerces de proximité en offrant un stationnement accessible et des services de base.
Cela génère des retombées économiques directes et contribue à la vitalité urbaine.

Contexte territorial : Intégration et accessibilité

Idéalement situées dans des villes et villages centres avec potentiel touristique et commercial (ex: Lodève, Gignac).
La proximité avec les services et sites patrimoniaux est cruciale. L'intégration doit minimiser l'impact visuel et sonore tout en garantissant un accès facile.

Modalités d'utilisation : Halte courte et rotation

Conçues pour des haltes courtes (1 nuit, max 24h-48h) pour favoriser une rotation rapide des véhicules et maximiser l'impact économique. Les services doivent être simples et efficaces.

Caractéristiques de base et aspects réglementaires

- Capacité : Limitée à ≤ 20 places pour une meilleure insertion urbaine et limiter les nuisances.
- Tarif : Généralement entre 0 et 5 € par nuit. Un tarif bas, voire gratuit, est souvent privilégié pour inciter à la consommation locale.
- Période d'ouverture : Toute l'année, avec des services adaptés aux conditions hivernales.
- Statut : Généralement assimilé à un "parking" municipal ou une "aire d'accueil communale".

Niveaux de service et coûts associés

Basique : Accessibilité et commodité

Stationnement stabilisé : Revêtements perméables (30-50 €/m²). Point d'eau : Borne d'eau potable avec raccordement standard (1 000 - 3 000 €).
Vidange : Zone dédiée pour les eaux grises et noires (8 000 - 15 000 €).

Intermédiaire : Confort et respect de l'environnement

Borne de vidange : Type "flot bleu".
Éclairage : Public LED à faible consommation (500-1500 €/point lumineux).
Tri sélectif : Conteneurs pour divers déchets (300-600 €/bac).

Complet : Services connectés et gestion moderne

Wifi : Hotspot public sécurisé (2 000 - 5 000 € + abonnement). Bornes électriques : Individuelles ou partagées (800 - 1 500 €/prise). Paiement dématérialisé : Application mobile ou bornes connectées (2 000 - 10 000 € + frais).

Autres caractéristiques et bonnes pratiques

Insertion paysagère et environnementale

Requalification des parkings existants avec revêtements perméables. Alignements d'arbres et plantations pour l'ombrage et l'intégration paysagère.
Utilisation de matériaux durables et recyclés. Créer un espace fonctionnel, esthétique et écologiquement responsable.

Information et signalisation

Signalétique claire et multilingue. Plans de ville détaillés, QR codes pour informations numériques. Référencement sur applications dédiées (Park4Night, i-Camper) et sites d'Offices de Tourisme.
Mettre en avant les atouts locaux et services.

Synergie et impact économique local

Développer des liens avec commerces et sites patrimoniaux.
Mettre en place des partenariats pour des offres spécifiques.

Autres activités et retours d'expérience

Proposer animations ou facilités à proximité : marchés locaux, visites guidées, espaces pique-nique.



Étape verte – Œnotourisme

Les "Étapes vertes – Œnotourisme" sont des micro-aires d'accueil pour camping-cars (max 5 places), visant à diffuser les flux touristiques et à valoriser les productions agricoles et viticoles locales. L'objectif est d'offrir une expérience immersive aux voyageurs, en les connectant directement aux producteurs et terroirs, favorisant ainsi l'agritourisme durable et le dynamisme des zones rurales.

Vocation principale : Diffusion d'Activité et Agritourisme

Ces aires désengorgent les sites majeurs en incitant à explorer les zones rurales. Elles soutiennent l'agritourisme en créant des opportunités directes pour les producteurs locaux (vente, savoir-faire, dégustations), renforçant les circuits courts et le lien producteur-consommateur.

Contexte territorial : Au Cœur des Terroirs

Idéalement implantées sur des domaines viticoles, oleicole ou agricoles, ou près de petits villages, ces aires offrent un cadre authentique et paisible. Le site doit être accessible, offrir un espace suffisant, et s'intégrer harmonieusement au paysage, à proximité de points d'intérêt locaux.

Modalités d'utilisation : Séjour Immersif et Respectueux

La durée de séjour préconisée est de 1 à 2 nuits maximum, favorisant la rotation des visiteurs. Ce format court permet aux visiteurs de découvrir l'activité du site (visites, dégustations, prestations de loisirs) et d'acheter des produits locaux, tout en respectant le caractère privé de l'exploitation.

Caractéristiques de base et Réglementations

- Capacité : 2-5 places Minimise l'impact visuel et environnemental, garantit une intégration paysagère optimale et une expérience personnalisée.
- Tarif : 0-5 € Coût symbolique incitatif à la consommation de produits de l'exploitation ou locaux. La rentabilité est indirecte via les ventes et la promotion.
- Période : Mai-Octobre (adaptable) Correspond aux activités agricoles et à la haute saison touristique. Possibilité d'ouverture toute l'année si activités hivernales ou infrastructures adaptées.
- Statut : Aire privée/commune Majoritairement privées, gérées par les exploitants. Certains partenariats avec les communes. Le statut privé simplifie les démarches mais requiert la connaissance des réglementations locales.

Niveaux de service et Bonnes Pratiques

Basique : L'Essentiel pour une Halte Sereine

Stationnement stabilisé et sûr (engazonné/empierre drainant).
Point d'eau potable accessible et identifié.
Informations claires sur les règles et consignes de tri.

Intermédiaire : Confort et Respect Environnemental

Équipements pour vidange eaux grises et noires (fosse simple ou borne). Toilettes sèches (écologique/économique).
Éclairage discret et tri sélectif des déchets (bacs dédiés).

Complet : Expérience Optimale et Intégrée

Wi-Fi. Espace convivial aménagé (pique-nique, braserio).
Dégustations ou petits-déjeuners locaux.

Autres caractéristiques : Impact et Développement

Insertion paysagère et Durabilité

Intégration esthétique et environnementale via matériaux perméables (gazon renforcé, gravier).
Plantation d'arbres et haies pour biodiversité et régulation thermique.
Systèmes autonomes pour eaux usées (phytoépuration).
Gestion raisonnée des déchets (compostage).

Information / Signalisation et Visibilité

Signalisation claire pour orienter. Adhésion aux réseaux (France Passion, Bienvenue à la Ferme) cruciale pour la visibilité.
L'exploitant doit maintenir les informations à jour.
Système de réservation simple (téléphone, mail) et livret d'accueil pour informations pratiques.

Synergie avec le Territoire et Impact Économique

Points d'ancrage économique local par vente directe, dégustations et visites.
Promotion des commerces, restaurants et artisans alentour.
Génère des retombées directes pour l'exploitant et indirectes pour le tissu économique local.
Partenariats avec offices de tourisme ou réseaux agritouristiques (France Passion, Bienvenue à la Ferme).
Autres activités et Retours d'expérience

Offre d'activités complémentaires : ateliers de découverte (œnologie), animations locales, circuits pédestres/cyclables. Créent des échanges et incitent aux achats..
Retours majoritairement positifs sur l'hospitalité et la qualité des produits.



Point d'entrée périphérique aux Grands Sites

Ces aires de délestage régulent les flux touristiques et réduisent la pression sur les Grands Sites. Elles minimisent l'impact environnemental tout en offrant un accueil structuré et des services essentiels avant l'accès aux sites sensibles.

Vocation principale

Canaliser et réguler les flux de véhicules et de personnes en amont pour préserver l'intégrité écologique et paysagère des cœurs de site.

Contexte territorial

Applicable aux zones très fréquentées comme le Lac du Salagou, le Cirque de Navacelles, ou Saint-Guilhem-le-Désert, caractérisées par des accès étroits et une forte affluence.

Modalités d'utilisation

Séjours courts (1 à 3 nuits maximum) pour encourager la rotation et éviter le stationnement sauvage prolongé. Gestion optimisée des arrivées et départs.

Détails techniques et pratiques : Conception intégrant la gestion des eaux pluviales et des déchets, éclairage à faible impact, parkings dimensionnés (voitures, camping-cars, bus) avec zones dédiées. Signalisation claire et chemins piétonniers sécurisés vers navettes ou sentiers.

Caractéristiques de base

- Capacité : Variable de 10 à 50 places, adaptée au site et à la fréquentation attendue.
- Tarif : Modéré (5 à 12 €/jour) pour l'entretien et la dissuasion du stationnement abusif. Peut inclure l'accès aux navettes.
- Période : Opérationnelles toute l'année, avec flexibilité selon les saisons et événements.
- Statut : Parkings dédiés, gérés par une collectivité ou un gestionnaire de site, nécessitant un aménagement spécifique.

Coûts et Rentabilité : L'investissement varie de 100 000 à 500 000 €. La rentabilité est indirecte : réduction des coûts liés à la dégradation des sites et à la gestion des déchets sauvages.

Niveaux de service

Basique

Accès à un point d'eau potable et aire de vidange pour camping-cars (eaux grises/noires).

Intermédiaire

Navettes régulières vers les cœurs de site et bornes électriques pour véhicules de loisirs.

Complet

Office d'information, sanitaires accessibles et écologiques, ombrières solaires pour ombrage et production d'énergie.

Aspects réglementaires et administratifs : Nécessite permis de construire, respect des PLU et réglementations environnementales (Natura 2000). Études d'impact environnemental souvent requises. Collaboration avec les services étatiques et Parcs Naturels Régionaux.

Autres caractéristiques

Insertion paysagère

Aménagement paysager primordial : utilisation de poches dans le relief, matériaux drainants et perméables, plantations d'espèces locales pour une intégration harmonieuse.

Synergie avec le territoire

Partenariats pour des navettes efficaces, points de départ pour circuits vélo et randonnée. Ces aires deviennent des hubs d'activités douces connectant le site à son environnement.

Information / Signalisation

Signalétique directionnelle claire en amont.
Supports numériques (applis mobiles, QR codes) fournissant infos sur site, activités, règles et services.

Conseils de gestion et d'exploitation : Gestion quotidienne (maintenance, collecte déchets, information), télésurveillance possible. Suivi de fréquentation et satisfaction pour ajuster les services..

Bonnes pratiques : Mobilité douce (navettes électriques, locations vélos) et communication transparente sur la préservation. Un "pass" combinant parking et navette simplifie l'expérience visiteur.

Impact économique local et considérations environnementales : Génère des emplois indirects. Favorise une économie touristique durable en déportant l'activité économique en périphérie.



Stationnement de jour (Grands Sites)

Aménagements de stationnement pour visites diurnes, fluidifiant l'accès aux Grands Sites tout en préservant leur intégrité. Ces parkings gèrent l'afflux touristique sans permettre de nuitée, évitant la pression sur les infrastructures locales.

Vocation principale

Garantir l'accessibilité contrôlée des visiteurs durant les heures d'ouverture, interdisant le stationnement de nuit pour préserver l'équilibre et la tranquillité des lieux.

Contexte territorial

Aires situées près des points d'accès aux Grands Sites (Pont du Diable, Cirque de Navacelles, Salagou),.

Modalités d'utilisation

Stationnement limité à la journée (aube au crépuscule). Systèmes de contrôle d'accès (barrières, horodateurs) pour faire respecter les règles, sous peine d'amende.

Caractéristiques de base

- Capacité : 10-20 places, adaptable selon la fréquentation et la sensibilité du site (jusqu'à 50 pour les plus fréquentés).
- Tarif : Équivalent aux parkings publics (2-5€/heure ou forfait journée 10-15€). Sert à financer l'entretien et la gestion.
- Période : Ouvert toute l'année, avec adaptation des services et contrôles selon les saisons.
- Statut : Parking public, géré par la collectivité locale ou une structure dédiée au Grand Site.
- Exemples de mise en œuvre : Parking du Cirque de Navacelles (versant Gard), Maison du Site du Pont du Diable, Salagou.

Niveaux de service

Basique

Aménagements : Marquage au sol, panneaux d'information minimalistes.
Gestion : Nettoyage régulier, contrôle visuel.
Coût estimé : 5 000 - 15 000 €/place pour aménagement initial.

Intermédiaire

Aménagements : Tri sélectif, toilettes sèches, éclairage solaire discret.
Gestion : Collecte des déchets, entretien sanitaires, patrouilles.
Coût estimé : 15 000 - 30 000 €/place.

Autres caractéristiques

Insertion paysagère

Parkings boisés, revêtements semi-perméables (graviers, dalles engazonnées) pour limiter l'imperméabilisation.
Éclairages discrets pour minimiser la pollution lumineuse.
Signalétique en matériaux naturels et discrète.

Synergie avec le territoire

Départs de sentiers de randonnée ou pistes cyclables directement depuis le parking pour favoriser les mobilités douces.

Information / Signalisation

Signalisation claire et multilingue "Jour uniquement" / "Interdit la nuit". Affichage des horaires, tarifs et règles du site. Panneaux informatifs sur la faune/flore et bonnes pratiques. QR codes pour informations détaillées en ligne.

Autres activités

Infrastructures légères : aire de pique-nique, points d'eau, petite boutique de produits locaux, restauration rapide. Ces services créent des emplois et des retombées économiques locales.

Gestion et exploitation

- Surveillance : Régulière (gardes Grand site, patrouilles) pour le respect des règles et la sécurité.
- Maintenance : Programme d'entretien régulier (surfaces, mobilier, espaces verts, sanitaires) pour la propreté du site.
- Rentabilité : Tarification du stationnement et vente de services complémentaires.
- Aspects administratifs : Obtention d'autorisations d'urbanisme et réalisation d'études d'impact environnemental.



Format spécifique Vanlifers : Aires légères pour immersion authentique

Objectifs : Développer des aires d'accueil légères, discrètes et immersives pour les "Vanlifers". Proposer une alternative légale et respectueuse au stationnement sauvage, favorisant la découverte de territoires peu connus et la rencontre avec les acteurs locaux. Créer des expériences uniques, axées sur la nature, la tranquillité et l'authenticité.

Vocation principale : Alternative au stationnement sauvage

Offrir une solution légale et sécurisée, réduisant l'impact environnemental (déchets, dégradations) et les nuisances.
Permettre un stationnement serein tout en contribuant à l'économie locale et respectant les écosystèmes.
Valoriser une pratique touristique en plein essor.

Contexte territorial : Milieux naturels et partenariats locaux

Intégration dans des sites naturels préservés (forêts, bords de rivière, zones rurales) ou sur terrains agricoles. Partenariats avec producteurs locaux ou propriétaires fonciers pour valoriser leur propriété et diversifier leurs revenus.

Modalités d'utilisation : Séjours courts et rotation rapide

Limités à 1 ou 2 nuits maximum pour des étapes rapides.
Favorise une rotation élevée et minimise l'impact.
Encourage l'exploration du territoire et préserve le caractère éphémère de l'installation.

Caractéristiques de base approfondies

- Capacité : Idéalement 2 à 5 véhicules pour intimité et tranquillité.
- Tarif : Entre 5 et 10 € par nuit, attractif et abordable.
- Période d'ouverture : Généralement de mai à octobre, en fonction des conditions.
- Statut : Aire privée ou partenariat local (agriculteurs, collectivités).

Niveaux de service détaillés

Basique : Simplicité et immersion

Équipements : Stationnement naturel sur sol stabilisé sans marquage. Toilettes sèches écologiques.
Conseils : Mettre à disposition sacs poubelles et infos sur le tri. Signalétique discrète.

Intermédiaire : Confort minimal

Équipements : En plus du basique, un point d'eau non potable. Éclairage solaire doux pour les zones communes. Possibilité de table ou banc rustique.
Conseils : Panneau d'information avec règles et numéros d'urgence.

Complet : Expérience enrichie

Équipements : Outre les précédents, un espace convivial (abri, brasero). Accès Wifi rural. Borne de recharge pour petits appareils. Conseils : Gérer l'approvisionnement en bois. Assurer connectivité Wifi fiable. Mettre en avant produits locaux.

Autres caractéristiques et développements

Insertion paysagère et environnementale

Intégration visuelle et écologique primordiale.
Utilisation de matériaux naturels. Gestion réfléchie des eaux grises (phytoépuration) et tri sélectif rigoureux des déchets.
Empreinte écologique minimale.

Information / Signalisation et marketing

Visibilité via plateformes dédiées (Bivouac by Huttopia) et réseaux sociaux.
Signalisation discrète et esthétique. Bouche-à-oreille et avis en ligne très efficaces.
Communication axée sur authenticité, tranquillité et respect de l'environnement.

Synergie avec le territoire et impact économique

Portes d'entrée pour la découverte du terroir. Encourager la consommation locale (producteurs, artisans). Impact économique direct (achats) et indirect (valorisation du territoire). Partenariats avec Offices de Tourisme et commerçants essentiels.

Autres activités, gestion et rentabilité

Rentabilité : Faible coût d'investissement, gestion simplifiée. Revenu complémentaire significatif avec bonne rotation.
Réglementation : Se renseigner auprès des autorités locales (PLU, déclarations).