



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

RAPPORT D'ACTIVITÉ

Année 2025

L'AGENCE DES PYRÉNÉES



www.agencedespyrenees.com



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



7 Place du Maréchal Juin - 31800, Saint-Gaudens



05 61 13 55 68



contact@agencedespyrenees.fr

NOTRE HISTOIRE

Créé le 01 Janvier 2021, **L'Agence des Pyrénées est une structure interrégionale**, consacrée au développement, à la valorisation et à la préservation du massif des Pyrénées.

Issue de la fusion de 3 associations préexistantes*, **elle permet aux collectivités publiques d'avoir une vision à 360° des enjeux du massif et de décroisonner les approches et les outils d'intervention, de renforcer les synergies entre les missions** de formation-développement (portées par l'ex ADEPFO), de promotion touristique (portées par l'ex Confédération Pyrénéenne du Tourisme) et de développement numérique des zones de montagne (portées par l'ex CIDAP).

L'ambition majeure de l'Agence des Pyrénées est **d'inspirer, encourager et soutenir une nouvelle dynamique de développement dans le massif pyrénéen** en s'appuyant sur ses richesses naturelles, patrimoniales, économiques et humaines.

En somme elle accompagne dans les Pyrénées l'émergence d'un nouveau modèle de développement et de gestion durable des ressources.

*ADEPFO, le CIDAP et la Confédération pyrénéenne du tourisme

LE MOT DU PRÉSIDENT



John Palacin

Président de l'Agence des Pyrénées

Dans un contexte de profondes transitions, les Pyrénées doivent faire entendre leur voix singulière, fortement attachée à un modèle de développement mêlant attractivité, solidarité et préservation de nos ressources.

C'est le sens de l'action portée par l'Agence des Pyrénées depuis sa création.

Pensée comme une structure innovante au service du massif, l'Agence s'est affirmée en quelques années comme un outil reconnu de coopération, d'ingénierie et d'expérimentation territoriale. Derrière les projets accompagnés et les partenariats construits, il y a une conviction simple : l'avenir des Pyrénées doit se construire avec les territoires et leurs acteurs. Cette dynamique collective est aujourd'hui une vraie force pour le massif.

L'année 2025 a également confirmé la place de Pyrénéo, le grand rendez-vous annuel des acteurs pyrénéens organisé par l'Agence, dans le paysage événementiel du massif. Sans chercher à changer d'échelle, l'événement se consolide et se réinvente. Cette 5e édition a permis de tester de nouveaux formats, comme « la rencontre des élus » et « les rencontres éco Pyrénéo », qui ont connu un réel succès et démontré l'utilité de créer des espaces d'échanges concrets entre acteurs du territoire.

Mais les défis restent immenses, les Pyrénées ont besoin de réponses adaptées à leurs réalités et d'une action publique capable d'accompagner les transitions sans renoncer à l'ambition d'un territoire vivant et habité.

C'est cette ambition que l'Agence des Pyrénées continuera de porter dans les années à venir, avec l'ensemble de ses partenaires.

LE MOT DU DIRECTEUR



Willy Luis

Directeur de l'Agence des Pyrénées

Les idées principales pour cette année de prise de poste :

1. Des priorités thématiques clairement définies
2. L'Agence comme outil fédérateur
3. Continuité et ouverture
4. La coopération comme moteur d'avenir

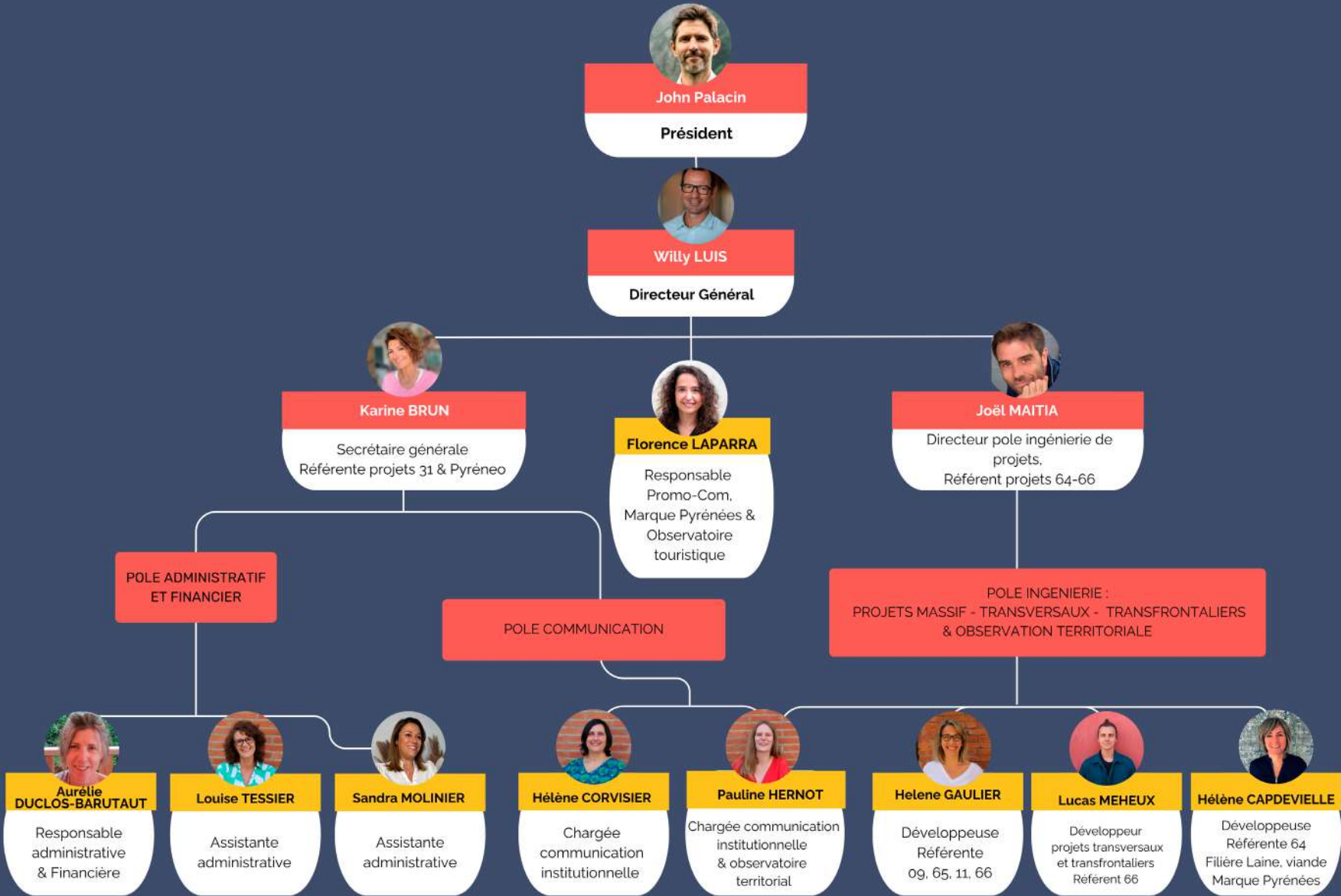
L'année 2025 illustre la manière dont l'Agence des Pyrénées continue de faire vivre son rôle d'outil fédérateur au service d'un territoire à la fois exigeant, contrasté et profondément inspirant.

Les dynamiques engagées se sont poursuivies, notamment autour des filières laine et vélo, qui confirment leur capacité à structurer des chaînes de valeur locales et à ouvrir de nouvelles perspectives économiques. Mais également pour les coopérations transfrontalières avec l'Espagne et l'Andorre, à travers les expérimentations menées sur des territoires pilotes. Celles-ci rappellent que l'avenir des Pyrénées se construit dans l'ouverture et l'expérimentation partagée. Cette même logique irrigue le soutien aux porteurs de projet, au cœur de l'action quotidienne, comme un fil discret mais essentiel d'un territoire en mouvement.

Le lancement de la structuration de la filière viande des Pyrénées et de ses productions, tout comme l'évolution de Pyrénéo avec de nouveaux espaces dédiés au réseautage et au dialogue entre élus, témoignent de la capacité de l'Agence à se renouveler et à réinventer ses formats d'action.

Au fil de ces actions se dessine une conviction forte : l'avenir des Pyrénées se construira dans la coopération, l'innovation territoriale et la capacité collective à inventer de nouvelles réponses.

L'AGENCE DES PYRÉNÉES



NOTRE VISION

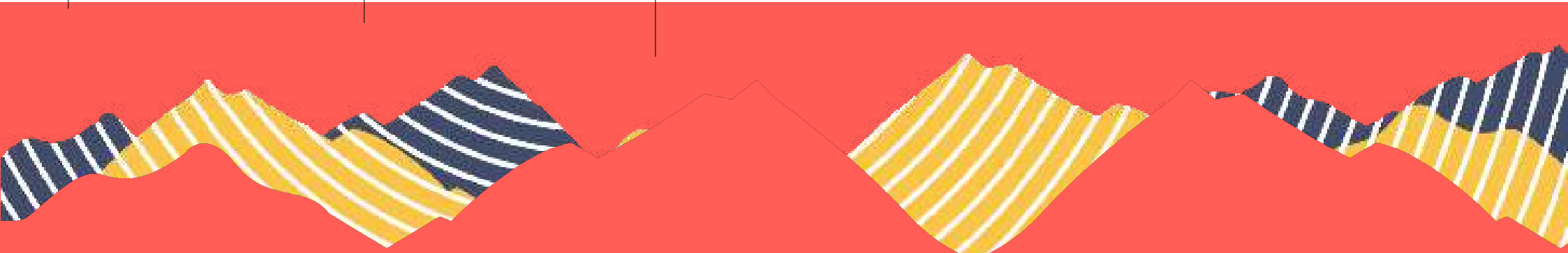
Des Pyrénées accueillantes et ouvertes
sur leur environnement comme sur le monde.

Des Pyrénées qui préservent l'équilibre
entre l'homme et son milieu.

Des Pyrénées créatrices de liens sociaux
forts et de dynamiques de coopération dans tous les domaines.

Des Pyrénées vivantes
qui offrent des perspectives pour « vivre et travailler au pays » à ses habitants, à ses enfants et à celles et ceux qui souhaitent y construire leur parcours de vie.

Des Pyrénées entrepreneurantes
qui créent de la valeur à partir de ses multiples ressources et des formes nouvelles d'entrepreneuriat et d'initiatives économiques collectives.



UNE ACTION QUI S'ARTICULE AUTOUR DE 4 GRANDES MISSIONS



DÉVELOPPER
des activités, des projets, des filières, de nouveaux usages pour renforcer la prospérité des vallées pyrénéennes



PROMOUVOIR
l'image des Pyrénées et renforcer leur rayonnement au niveau national, européen et international



FÉDÉRER
le réseau des acteurs pyrénéens et créer une communauté d'action



PRÉSERVER
l'équilibre entre le développement économique et la protection des milieux et des ressources naturelles

ILS PARLENT DE NOUS



**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

LE MASSIF PYRÉNÉEN

Entre piémont et montagne, océan Atlantique et mer Méditerranée, le Massif des Pyrénées ne possède aucune commune qui dépasse 14 mille habitants. Ces petites villes sont connectées aux grands pôles urbains voisins.

Il existe une pluralité d'offres touristiques : stations de haute montagne, thermalisme, randonnées, des routes à vélo et le littoral méditerranéen, bien desservies par les axes de communication.

L'agriculture et l'économie sociale et solidaire occupent également une place de choix. La première, ancrée de longue date dans le tissu économique et culturel du territoire, tient bon face à la montée en puissance du secteur tertiaire.

La seconde s'appuie sur un réseau associatif dense pour répondre aux besoins sociaux et sanitaires d'une population vieillissante, particulièrement marquée dans la partie Est du territoire.

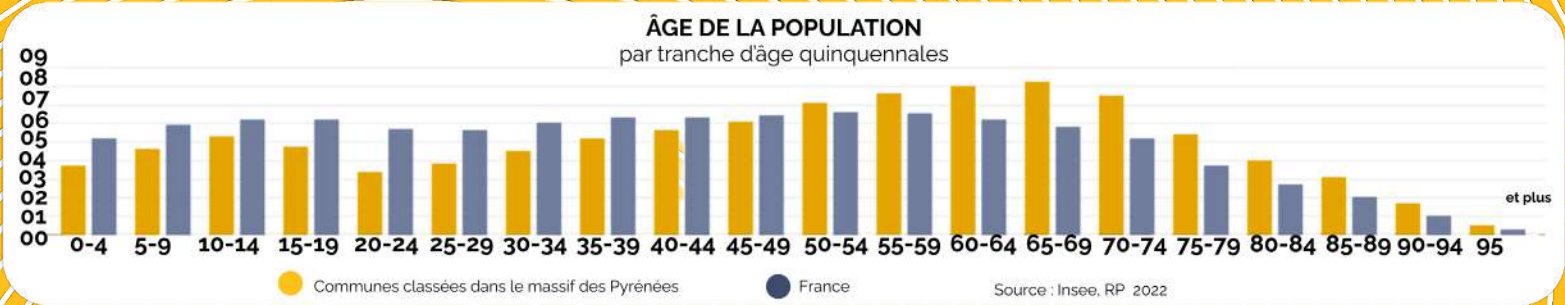


Source : INSEE

Population dans le massif des Pyrénées : 511 674 habitants (2022)
Densité de la population : 28,47 habitants par km² (2022)

Densité de la population des autres massifs : **Alpes** 73,39 (hbts par km²); **Vosges** 80,61 (hbts par km²) **Jura** 64,13 (hbts par km²); **Massif Central** 46,75 (hbts par km²);

Lourdes : 13 266
Saint-Gaudens : 11 869
Oloron-Sainte-Marie : 10 658
Argelès-sur-Mer : 10 779
Limoux : 10 339
Foix : 9 731



SOMMAIRE

Développer les Pyrénées	12 à 32
La Formation-développement	13 à 21
Les Filières	22 à 30
Le Numérique	31 à 32
Promouvoir les Pyrénées	33 à 50
La Promotion du Massif	34 à 48
Le Projet POCTEFA EnjoyPyr	49 à 50
Fédérer les Pyrénées	51 à 55
Pyréneo	52 à 53
L'Agenda	54 à 55
Préserver les Pyrénées	56 à 62
Le Projet POCTEFA Piton	57 à 58
Le Projet LIFE Pyrenees4Clima	59 à 60
Le Proejt AMI Gestion des Flux	61
CIMA 360	62
Axe Transversal	63 à 66
L'observatoire Touristique	64 à 66

Axe 1

DÉVELOPPER LES PYRÉNÉES



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



FONCTIONNEMENT

Axe fort de la feuille de route de l'Agence des Pyrénées, l'**accompagnement de projets par le dispositif de la formation-développement** est un outil d'ingénierie de projets au service des dynamiques économiques et territoriales pyrénéennes. L'appui aux politiques publiques du massif, la formation-développement contribue activement à la **structuration de filière** et participe aux **réflexions sur les défis majeurs** auxquels le massif pyrénéen est confronté.

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

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



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



71 PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2025

- 48 accompagnements Massif Occitanie
- 19 accompagnements Massif Nouvelle-Aquitaine
- 4 accompagnements Hors-massif Occitanie

Les projets accompagnés par filières :

Laine

- SCIC Laines Paysannes (structuration filière laine)
- Accompagnement d'une plateforme coopérative de collecte et de tri de la laine des Pyrénées. Phase 2
- Atelier Satvia (chanvre) devenu Cambis en 2025, Jézeau 65

Vélo

- Projet magasin location KMo
- Offre VTT dans le Couserans
- Porte Bagage Castor
- La Fabrica Velo
- Garbanza

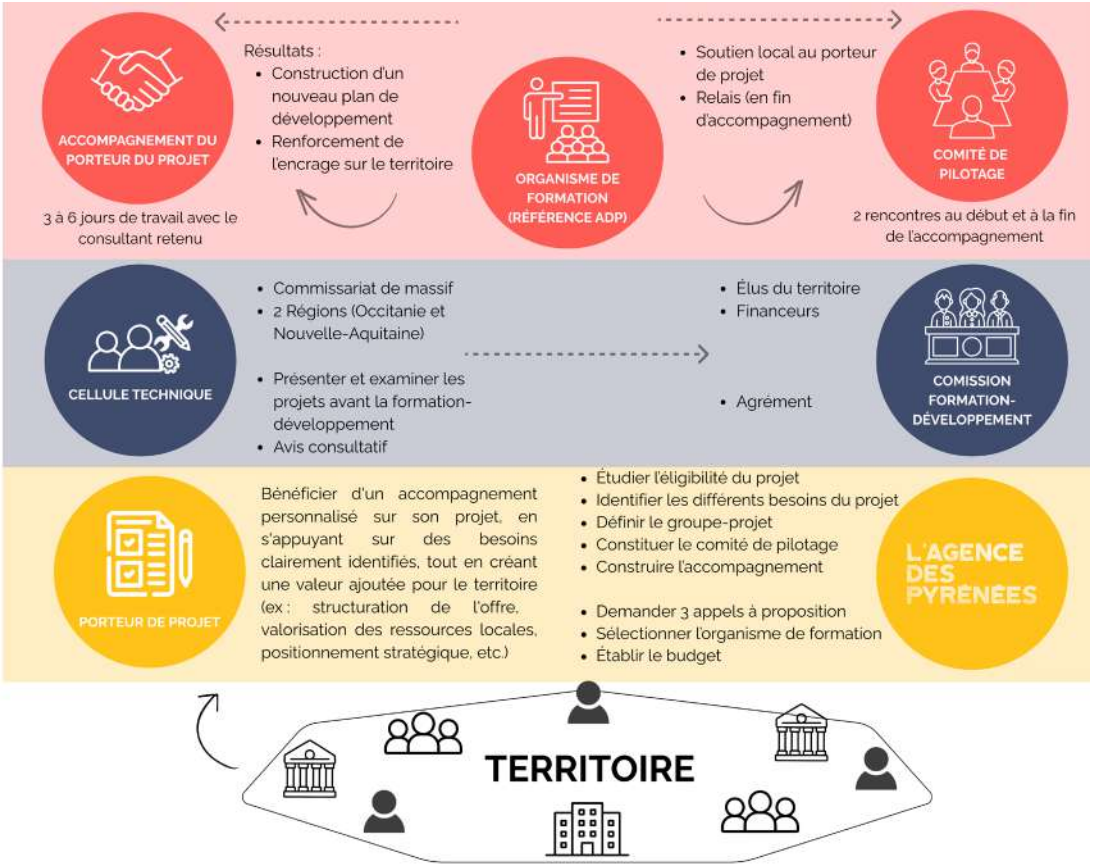
Viande

- Phase 1
Accompagnement des abattoirs en Occitanie
- Accompagnement de la conserverie du Barétous



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Pyrénées Atlantiques		
64/1137	Lourdios-Ichère	Développement d'une activité agritouristique complète et variée sur la ferme PLANTEROSE.
64/1140	Hasparren	Développement d'une activité œnotouristique - Phase 1.
64/1157	Bosdarros	Structuration et développement d'une activité agritouristique au sein de la Ferme CAZALE.
64/1165	Arette	Création d'une offre touristique adaptée, s'inscrivant dans le champ sportif - DOMAINE DE LAPEDAGNE partie prenante du projet PYRENEA CAMPUS.
64/1170	Larrau	Création d'un petit commerce de proximité et d'un atelier de traitement de gibier sauvage/transformation de viande d'animaux d'élevage. Accompagner et adapter les postures et les outils managériaux des équipes de l'EPSA - Phase 3 - Suite et Fin.
64/1174	Izeste	Valorisation de la Voie Verte de la Vallée d'Ossau, ancienne voie ferrée.
64/1193	Buzy	Coopérative BELAUN (Phase 2 : structuration du modèle économique : SICA et SARL).
64/1194	Aldudes	Mairie d'Ixassou : mobiliser des financements privés (mécénat) autour du projet Balaki.
64/1195	Itxassou	ESTIVADE D'ASPE PYRENEES - Atelier Chantier d'Insertion - production de graines et de fleurs sauvages pyrénéennes.
64/1197	Aydius	Structurer l'approche marketing/communication des offres d'hébergements touristiques de la SAS LES SOURCES D'ASPE.
64/1198	Itxassou	Accompagner l'entreprise WETTERBIOTECH dans le positionnement marketing de ses produits.
64/1211	Bénéjacq	Développer une offre itinérante d'activités en eaux vives sur le Gave de Pau.
64/1218	Hasparren	Création d'une plateforme de transformation bois (énergie, d'œuvre) et de séchage multi matière sur le territoire du Pays d'Hasparren.

Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Pyrénées Atlantiques		
64/1219	Bidarray	Mobiliser les parties prenantes économiques autour du projet ONDDOENEA porté par la mairie.
64/1227	Larrau	Améliorer l'offre de restauration sur le site des Chalets d'Iraty.
64/1228	Laruns	Construire un plan d'actions territorialisé de la gestion des flux de visiteurs de la Montagne béarnaise.
64/1244	Ance Féas	Consolider le modèle organisationnel et de gouvernance de la Conserverie du Barétous.
64/1245	Oloron-Sainte-Marie	Valoriser le terroir et l'agriculture locale par la valorisation de la Ferme BORDEROUGE.
Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Ariège		
09/1167	Calzan	Etude marketing & construction d'un plan de communication pour le positionnement stratégique du « Bugg-E », vélo couché tout terrain sur les stations de montagne.
09/1179	Castelnau-Durban	Menuiserie Soueix-Leroux : développement de produits en bois local.
09/1180	Tarascon-sur-Ariège	Tôlerie des Pyrénées : diversification d'activités (développement de produits en marque propre).
09/1184	Foix	Structurer une Destination escalade.
09/1185	Carla-de-Roquefort	Développement des ventes. La Distillerie du Sud (gin, vodka).
09/1186	Foix	Co-construction d'un club d'ambassadeurs « Tourisme d'affaires en Ariège » 09. PHASE 2.

Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Ariège		
09/1204	Montoulieu	Structuration du modèle économique et Etude marketing du projet CASTOR-Fabrication d'un porte bagage vélo avant innovant(Relocalisation des savoir-faire).
09/1205	Saint-Girons	Structuration de l'offre VTT dans le Couserans.
09/1212	La Bastide-de-Sérou	La Ferme des 8 Montagnes (plantes sèches aromatiques et médicinales A.B). Positionnement et développement des ventes.
09/1214	Montégut-Plantaurel	Fromagerie artisanale de la Sestière (SAS). Redéfinir la stratégie de développement.
09/1222	Luzenac	Valoriser l'offre touristique patrimoniale du territoire de la CC de la Haute-Ariège.
09/1230	Boussenac	Co-construire un plan d'actions territorialisé autour de la valorisation et la gestion du site du Col de Port.
09/1231	Montségur	Construire la stratégie mobilités du futur Grand Site Montségur à travers l'expérimentation d'un système de navettes dès l'été 2025.
09/1232	Caumont	Abattoirs publics de proximité. Identifier des synergies et des mutualisations d'actions.
09/1233	Le Mas-d'Azil	Projet « Maison des Sciences » - Co-construction du modèle économique et des conditions de fonctionnement.
09/1234	Cérizols	GAEC Ferme de Montaigon. Cérizols. Diversification d'activités.
09/1235	Montels	Fédération des Races Locales Pyrénéennes à Petits Effectifs. FRLPPE (association). Co construction d'un plan d'action.
09/1239	Tarascon-sur-Ariège	Définition d'une stratégie de communication pour accompagner l'évolution du magasin de location de vélo « KM 0 » en « Tiers- lieu » dédié aux cyclistes.

Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Hautes Pyrénées		
65/1176	Loudenvielle	Projet GARBANZA Structuration du modèle économique, ancrage territorial et développement de partenariat avec les acteurs locaux autour du lac.
65/1181	Arras-en-Lavedan	Stratégie de développement : SAS SO'Inspiration (découverte et voyages dans les Pyrénées).
65/1187	Bagnères-de-Bigorre	PY'STILL (PAM locales et Bio). Développement commercial.
65/1188	Arrens-Marsous	Valoriser le site « Centre Jean Thébaud ».
65/1189	Argelès-Gazost	Structurer les activités de « La Maison de la Montagne ».
65/1191	Argelès-Gazost	Structurer une offre « sport-santé » sur le territoire de la CC Pyrénées Vallées des Gaves. PHASE 2.
65/1210	Lourdes	Tourisme circulaire sur les territoires de Lourdes et de la Communauté de Communes Pyrénées Vallées des Gaves - CPVG (65).
65/1215	Pierrefitte-Nestalas	Développer les activités du lieu culturel Eco-Phase - Pierrefitte-Nestalas CC Pyrénées Vallées des Gaves.
65/1221	Vielle-Aure	Valoriser le Massif du Neuvieille. Phase 3 - Association pour la Valorisation du Neuvieille.

Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Hautes Pyrénées		
65/1236	Bagnères-de-Bigorre	La Manufacture à Félix (SAS). Marque de skis en bois Villacampa. Repositionnement de la stratégie commerciale.
65/1237	Bagnères-de-Bigorre	Repositionnement de l'exploitation agricole Vie d'Estive (EARL).
65/1238	Latrape	Prévention et gestion des conflits en estive (démarche collective). PHASE 2 - Structures pastorales et agricoles des Pyrénées.
65/1241	Arrens-Marsous	Réflexion autour du modèle économique et de gouvernance « D'ELDORANDO » afin de consolider et développer ce festival de la randonnée.
65/1242	Juillan	Massif Définition du positionnement d'AGORA dans l'écosystème pyrénéen - Sécurisation et la diversification de ses ressources financières.
65/1246	Lourdes	Structurer un outil permettant le déploiement d'expérimentations opérationnelles en matière de tourisme circulaire sur les territoires de Lourdes & CPVG. Phase 2.
Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Haute-Garonne		
31/1141	Saint-Bertrand-de-Comminges	Construction de la stratégie de communication et ancrage territorial de l'entreprise « Recyclage et Solutions Minéral » (RSM).
31/1208	Boutx	Définition d'une vision partagée et d'une stratégie d'accompagnement de la transition touristique de la station du Mouris par les socio professionnels de la station.

Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Haute-Garonne		
31/1225	Rieucazé	Repositionnement de l'offre du centre de ressourcement AETHER CAGIRE.
31/1238	Latrape	Prévention et gestion des conflits en estive (démarche collective). PHASE 2 - Structures pastorales et agricoles des Pyrénées.
31/1240	Labroquère	Structuration du modèle économique et ancrage territorial de la SARL RAFK - scierie mobile.
31/1243	Boutx	Définition d'une vision partagée et d'une stratégie d'accompagnement de la transition touristique de la station du Mouris par les socio professionnels de la station - Phase 2.



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Pyrénées Orientales		
66/1168	Targassonne	Création d'une offre touristique autour du parapente et du handicap en Cerdagne
66/1201	Angoustrine-Villeneuve-des-Escalades	Définition des vocations futures du site de l'ancien Centre de rééducation, réadaptation, pneumologie et gériatrie « Les Escalades ».
66/1202	Prats-de-Mollo-la-Preste	Prendre appui sur la reconnaissance par l'Unesco des fêtes du Cours au patrimoine culturel immatériel de l'humanité pour booster la mise en tourisme du territoire.
66/1206	Puyvalador	Projet de valorisation touristique et renouveler de la station de Montagne de Puyvalador.
66/1249	Saint-Michel-de-Llotes	Méthodologie de construction d'offres de courts séjours d'écotourisme.

Número du Stage	Commune	Projet
Zone Massif Aude		
11/1182	Termes	Valorisation touristique commune de Termes et gorges du Sou - Aude 11
11/1199	Lagrasse	Création d'un tiers lieu agroécologique au sein du Château Saint-Aurélien à Lagrasse (Aude) - 11
11/1207	Espérazza	Accompagnement au développement de la Sicc Audryssien - Espérazza 11
11/1224	Bouisse	Projet de valorisation touristique du Château de Bouisse / Musée René Neill 11
11/1248	Luc-sur-Aude	Accompagnement d'un projet de concentration isolée - Luc sur Aude 11



Número du Stage	Commune	Projet
Zone Hors Massif		
009/394	Saverdun	SCIC Laines Paysannes - Accompagnement au développement et structuration - Filière laine pyrénéenne Phase 2
009/397	Laroque-d'Olmes	Repositionner la stratégie de commercialisation et de communication - Hébergements atypiques, L'Ecole Bussonière
011/396	Carcassonne	Valorisation du patrimoine minier et géologique de la Montagne Noire. PHASE 2 - CC de la Montagne Noire, PETR Pays Carcassonnais,
032/398	Marciac	Mise en œuvre du fonctionnement du site des Augustins - Grand Site Occitanie.

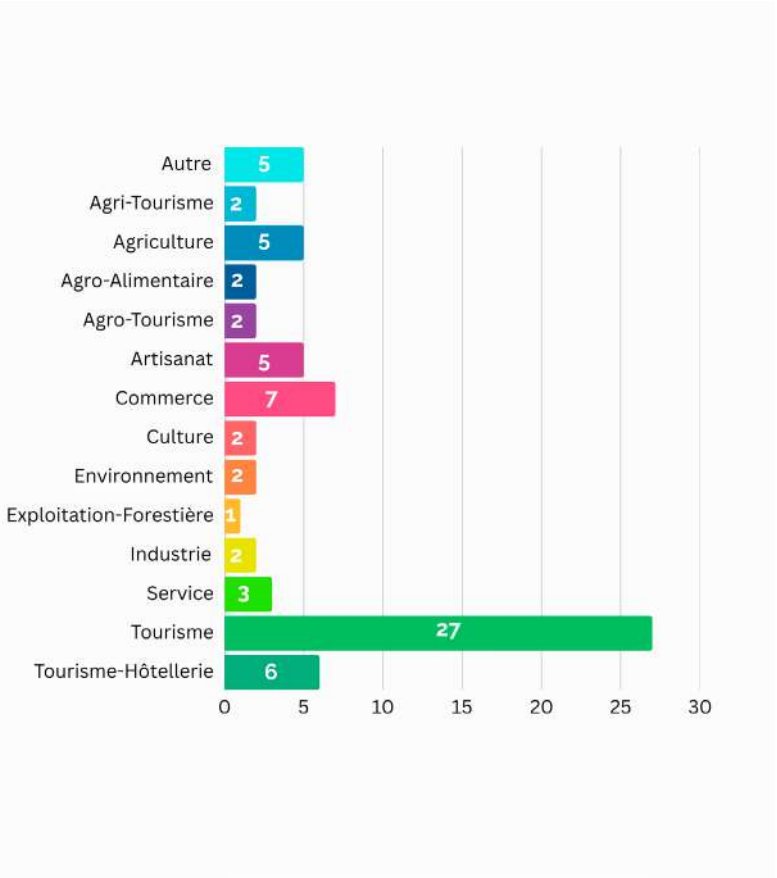


AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



	NOUVELLE AQUITAINE	OCCITANIE	ZONE HORS MASSIF	TOTAL
AUTRES	4	1	0	5
AGRI-TOURISME	2	0	0	2
AGRICULTURE	2	3	0	5
AGRO-ALIMENTAIRE	0	2	0	2
AGRO-TOURISME	0	2	0	2
ARTISANAT	0	4	1	5
COMMERCE	4	3	0	7
CULTURE	0	2	0	2
ENVIRONNEMENT	0	2	0	2
EXPLOITATION FORESTIERE	0	1	0	1
INDUSTRIE	0	2	0	2
SERVICE	2	1	0	3
TOURISME	5	20	2	27
TOURISME HOTELLERIE	0	5	1	6



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement

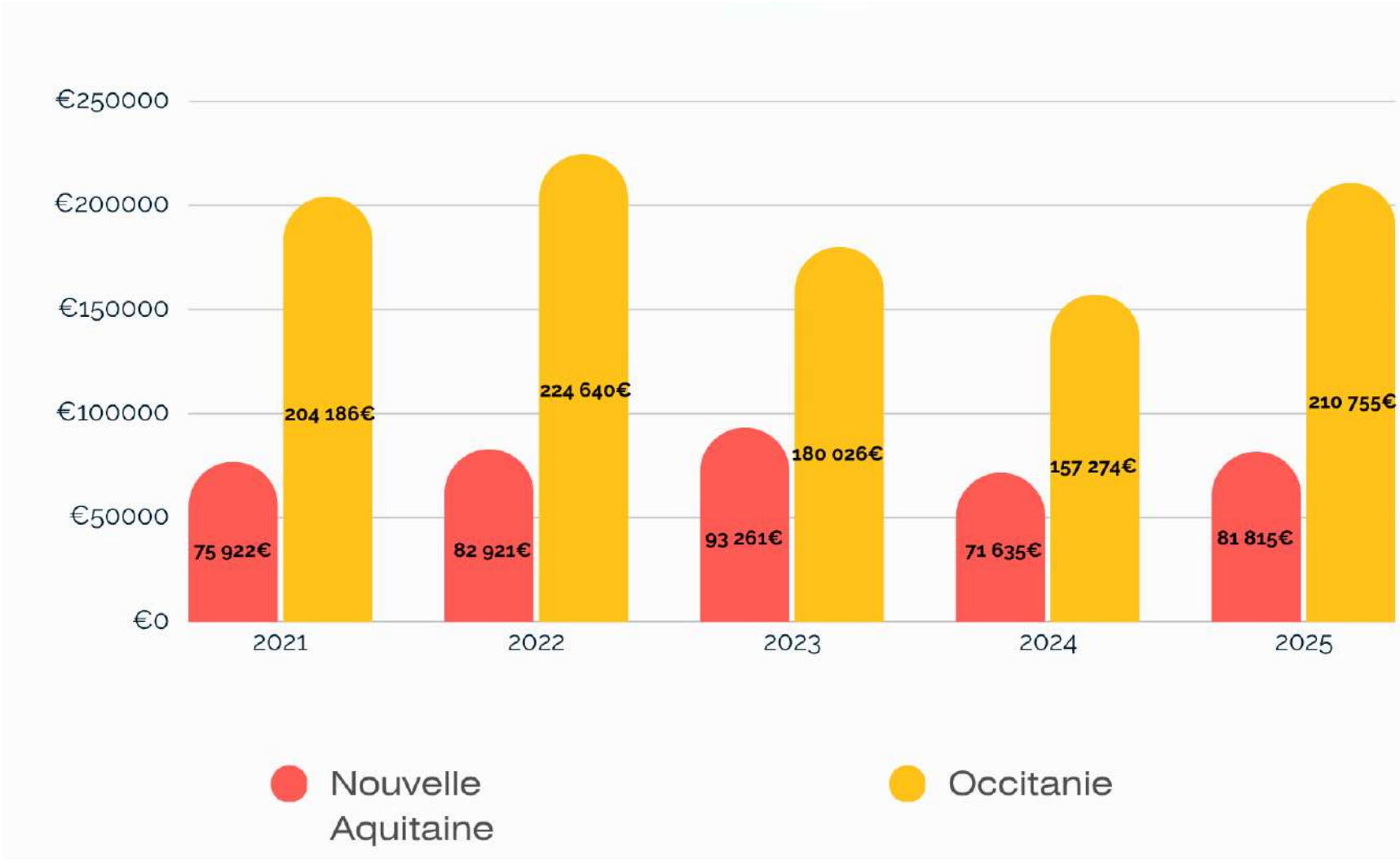


71 PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2025 SUR TOUT LE MASSIF



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



Objectif : valoriser la laine produite dans les Pyrénées et créer une chaine de valeur sur l'ensemble de la filière



Accompagnement des projets individuels et collectifs portés par les acteurs de la filière via la formation-développement

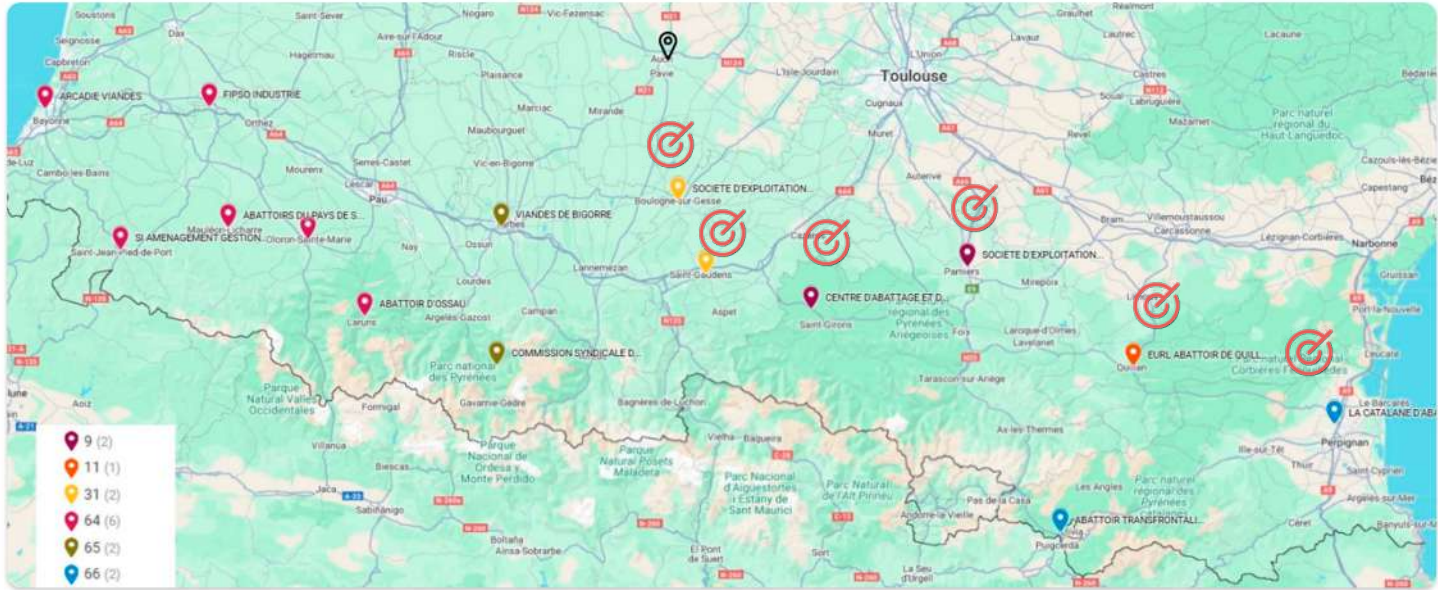
Participation et animation d'actions partenariales

Action lancée en 2025 - LIFE PYRENEES4CLIMA - Étude sur les débouchés et usages potentiellement rémunérateurs : cosmétique/pharmaceutique et construction et équipements/mobilité



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



 Accompagnement des projets individuels et collectifs portés par les acteurs de la filière via la formation-développement

Démarche initiée en 2025 poursuivie avec une phase 2 en 2026. Accompagnement des abattoirs d'Occitanie sur des projets de mutualisation et une réflexion sur le positionnement.

Projets à venir : La Filière Gasconne présenté à la Commission FD du 25 juin 2026 « structurer la filière Label Rouge, le Vrai Boeuf Gascon des Pyrénées, élevage de montage. Ariège Aude Hautes-Pyrénées



AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



Objectif : valoriser la laine produite dans les Pyrénées et créer une chaîne de valeur de l'éleveur au client

Action 2025

- **LIFE PYRENEES4CLIMA - Étude sur les débouchés et usages potentiellement rémunérateurs :**

• cosmétique • pharmaceutique • mobilité

- Étude réalisée par le CETI. Trois axes de travail : kératine/lanoline, mobilité ferroviaire, consolidation des activités existantes dans le massif (matelasserie, vêtements, paillage, etc).

La gouvernance

- Comité technique à élargir

- Création d'un groupe de travail pour les débouchés cosmétique/pharmaceutique & équipements isolation / mobilité

La communication

- Séminaire en Espagne

- Atelier dédié à Pyrénéo

Les outils

Étude

Caractérisation des laines pour les débouchés cosmétiques, pharmaceutique & équipements isolation et mobilité

Observatoire

- Carte interactive avec fiches descriptives :

- les gisements (études ACAP)

- la logistique (ramassage, triage, nettoyage)

- les ateliers de transformation par débouchés

Formation-développement

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



L'Agence des Pyrénées a fait du vélo un axe central de sa stratégie et contribue par ses actions à la dynamisation de l'écosystème pyrénéen.

La structuration de cette filière participe pleinement à la création de valeur, tant sur le plan économique que touristique, à l'échelle du massif.



**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement

Le vélo est un créateur de valeurs économiques :

- Des accompagnements de porteurs de projet et de territoires pyrénées contribuant à la structuration de la filière à l'échelle de tout le massif :
 - Projet magasin location vélo KMO (tiers-lieux vélo)
 - Garbanza
 - Offre VTT couserans
 - Castor
- Le collectif des « faïonneurs de Vélos Pyrénéens » :
 - Émission Radio avec Aymeric Boudière organisée par Pyrénées Mag (faïonneur du vélo)



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement

La rencontre des acteurs du vélo au 1er août 2025 a été co-organisée avec "Octave" et EDF "une rivière un territoire" à Bagnères de Bigorre, en marge du "Trophée de France des Jeunes Vététistes"

Au programme :

- Présentation du travail de l'ADP sur la structuration de la filière avec 2 séquences :
 - Présentation d'une analyse comparative des stratégies pour développer les pratiques du vélo comme levier de développement économique et touristique
 - Point sur la mise en tourisme de la destination «les Pyrénéesàvélo» portée par l'Agence des Pyrénées et les 6 départements du massif
- Témoignage d'acteurs sur les stratégies de développement touristique et économique autour du vélo



Une belle réussite: 120 participants en présentiel / visio



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement

Le vélo est un créateur de valeurs touristiques :



RAPPEL DE L'AMBITION COMMUNE



UNE COLLABORATION TRANS-TERRITORIALE

2 régions
6 départements
1 objectif : positionner les Pyrénées françaises comme la grande destination « **CYCLOTOURISME** » et « **MER & MONTAGNE** » en Europe.

Une ambition collective pour structurer et promouvoir une **offre globale de 2800 km de l'Atlantique à la Méditerranée** pour tous les goûts, toutes les envies et tous les niveaux.



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



LES ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

une **marque ombrelle***

avec une offre complète : vélo de route et vtt à l'échelle du Massif des Pyrénées



Deux **marque « produits itinérants »**
Piémont et Cols

*marque déposée par L'AGENCE DES PYRÉNÉES

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement



80 boucles & ascensions

2 traversées



74 parcours enduro

163 circuits cross country

14 bike parks

2 circuits itinérants

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 1 : DÉVELOPPER

Le Numérique



1 Accompagnement technique et suivi du dispositif New Deal – Couverture Ciblée

Le Programme s'inscrit dans la continuité des différents programmes mis en œuvre depuis 2004 visant à résorber la couverture des zones blanches de téléphonie mobile. **Les grandes avancées :**

- Financement assuré à 100% par les opérateurs
- Prise en compte des zones « blanches », ainsi que des zones dites « grises »
- Création des équipes projets départementales pour un pilotage au plus prêt des territoires, permettant ainsi la mise en place d'une réelle stratégie d'aménagement numérique

Les enjeux

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

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 1 : DÉVELOPPER

La Formation-Développement

2 Suivi de la complétude des technologies sur les territoires

Évolution technologiques à venir

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

Travail de l'Agence de janvier à juillet 2025

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

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



Axe 2

PROMOUVOIR LES PYRÉNÉES



AXE 2 : PROMOUVOIR

Feuille de route Promotion Communication et grands axes d'actions



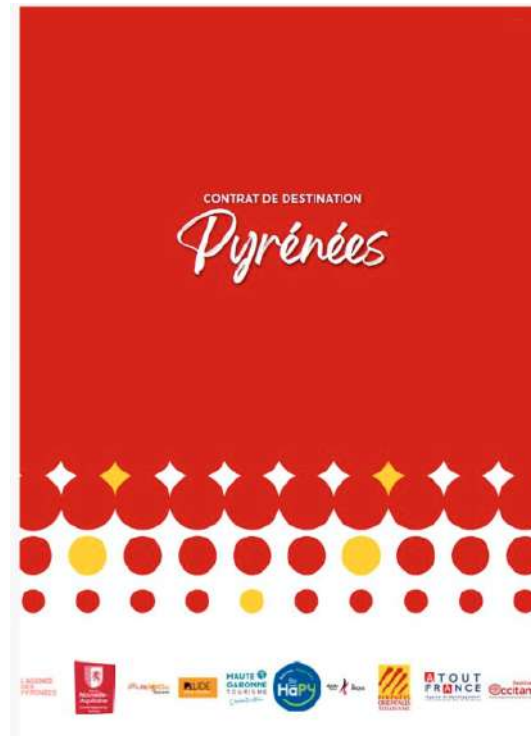
- 1 feuille de route stratégique – le contrat de destination Pyrénées définie collectivement (à retravailler en 2026)
- 2 plans d'actions déclinés : Saison HIVER / Saison PRINTEMPS ÉTÉ AUTOMNE

Des actions centrées sur la mise en commun de moyens au service de la promotion globale de la destination PYRENEES, de ses stations et territoires, menées en complémentarité des actions des partenaires.

5 axes principaux :

- ACTIONS PRESSE COLLECTIVES
- CAMPAGNES DE PROMOTION MUTUALISEES
- PARTICIPATION COLLECTIVE A DES SALONS / ÉVÉNEMENTS
- DÉVELOPPEMENT D'OUTILS COLLECTIFS
- EXPERIMENTATIONS ET INNOVATIONS

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



AXE 2 : PROMOUVOIR

Printemps, Été, Automne 2025 France



Actions presse collectives

Workshop presse de lancement de la saison Printemps-Été-Automne (18 mars 2025) - PARIS

- **Un rendez-vous attendu** : une demi journée de rencontres et d'échanges avec la participation de plus de 45 journalistes, rédacteurs et cheffes de la presse nationale
- **Parmi les journalistes présents** : Le Parisien WE ; RTL; BFM TV; Libération; Le Figaro; France soir; L'Équipe Mag; France 5 C dans l'air; GEO; Le Routard; Vélo magazine; City ride vélo tout terrain, Psychologies, Version Femina, Sphères, Recré Mag, Thuries, etc.
- **Tout le massif représenté** : stations; groupements de stations ADT et OT; Ariège Pyrénées, Béarn Pyrénées Pays-Basque ; Département des Hautes - Pyrénées; Pyrénées Haute Garonne; Aude l'âme sud; Pyrénées catalanes; Pyrénées Cerdagne; Les Angles, Les Vallées de Gavarnie, Pyrénées 2 vallées (Aure et Louron); Vallée du Louron Peyragudes et N'Py Nouvelles Pyrénées.

Des Relations Presse en continu au travers de communiqués de presse thématiques pendant la saison

- Les Pyrénées à vélo
- L'itinérance sous toutes ses formes
- La montée en gamme des hébergements



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Printemps, Été, Automne 2025 France

Site Les Pyrénées à Vélo : www.pyrenees-a-velo.com

Le site vitrine de l'offre vélo à l'échelle du massif a été complété et actualisé avec :

- Les itinéraires transverses massifs : VÉLOSUD, ROUTE DES COLS
- Plus de 80 boucles et ascensions sur tout le massif
- Les zones de pratique VTT à l'échelle du massif
- Les Bikeparks en stations



Il représente un outil en soutien aux efforts de structuration et de promotion collectifs de tous les acteurs du massif.

Campagne programmatique

Une campagne programmatique pour créer du trafic sur le site auprès de publics ciblés. Des performances record pour cette nouvelle année. + 180% / benchmarks tourisme !



Carte Vélo

Réalisation collective d'une carte qui met en lumière l'ensemble de l'offre vélo à l'échelle du massif

Côté 1 – Valorisation de l'offre vélo de route (itinéraires transverses)

Côté 2 - Valorisation de l'offre VTT

- Grandes Traverses VTT
- Zones de pratiques
- Bikepark en stations



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Printemps, Été, Automne 2025 France

Participation collective à des salons

Participation collective Pyrénées au Roc d'Azur (Octobre) :

Organisation de la participation et du Stand collectif Pyrénées à Vélo

Stand de 54M2

- 100 000 visiteurs sur cinq jours,
- Cyclo sportives et cyclotouristes,
- VTT et vélo de route, VAE, gravel

Participation de l'ensemble des territoires du massif – 6 agences départementales du Tourisme du massif, partenaires de la dynamique Les Pyrénées à vélo

Valorisation de la dynamique filière sur tous les territoires

Distribution de la carte vélo pour la valorisation de toute l'offre vélo sur les Pyrénées et incitation à consulter le site



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Printemps, Été, Automne 2025 - Espagne

Actions Presse Collectives

Voyages Presse Pyrénées (Juin)

Organisation de voyages de presse en groupe

Haute-Garonne

Luchon et St. Bertrand de Comminges

Pyrénées-Atlantiques

Soule Iraty et Sainte-Engrâce Montagne Basque

Des Relations Presse en continu

8 communiqués de presse pendant la saison

- Idées de séjours originaux en train
- Les nouveautés des Bikepark en stations
- Cyclotourisme
- Vélo et bien être

- Itinérance : 10 plans indispensables pour découvrir les Pyrénées
- Vacances actives au pays du pastoralisme et du bien vivre
- 25ème anniversaire du Pic du Midi
- Journées du patrimoine
- Nouveautés Hôtels et refuges



Altaïre, Gourette y La Pierre-Sainte-Marie, en los Pirineos Atlánticos



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - France

Actions Presse Collectives

Workshop Presse de lancement de la saison HIVER :

7 octobre 2025 - **PARIS**

Un rendez-vous attendu :

Une demi-journée de rencontres et d'échanges avec la participation de **plus de 40 journalistes, rédacteurs.trices en chef de la presse nationale**

France 2 Télématin; France Inter; L'Équipe; L'Equipe Mag; Libération; L'Express; Le Figaro; Le Figaro Magazine; Le Point, GEO; France Dimanche; La Tribune Dimanche; Niveales; Ski magazine; Grands reportages; The Good Life; Liberalis; Actukids et Gourmand

Des partenaires stations et territoires de l'ensemble du massif :

Peyragudes; Cauterets; Saint-Lary; Ax 3 domaines; Les neiges catalanes; N'Py Nouvelles Pyrénées; Les Angles; Ariège Pyrénées; Béarn Pyrénées Pays- Basque; Département des Hautes - Pyrénées; Pyrénées Haute Garonne; Aude l'âme sud; Pyrénées Orientales; Pyrénées Cerdagne; Conflent-Canigo; Les Vallées de Gavarnie; Pyrénées 2 vallées : Aure et Louron

Des relations presse en continu pendant toute la saison



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - France



Campagnes de Promotion mutualisées Pyrénées

Une double approche avec 2 cibles : les skieurs et les vacanciers à la neige

Campagne TV nationale

Cible des vacanciers à la neige
(optimisation avec réutilisation du spot TV de l'année dernière)



86 passages (8 à 10 par jour) 80% en horaires prime time,
en lancement de saison du 28/10 au 10/11 pour **installer la destination dès le début de saison**

Pour revoir le spot TV :

<https://www.facebook.com/watch/?v=1281524612871893>

Campagne de promotion digitale

Cible des skieurs



Pour la 2eme année reconduction du Partenariat Éditorial & publicitaire
avec **le media digital le plus puissant et le plus affinitaire sur la thématique « ski & montagne hiver »** .
Sur toute la saison HIVER - Portail dédié aux Pyrénées : <https://www.skiinfo.fr/news/les-pyrenees/>

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

Spotlight / Espace magazine Pyrénées



Spotlight



AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - France



Développement d'outils collectifs

Accompagnement du collectif des Espaces Nordiques

Suite au travail réalisé d'accompagnement du collectif des espaces nordiques via la formation développement
Agence des Pyrénées :

- **Étape 1 :**

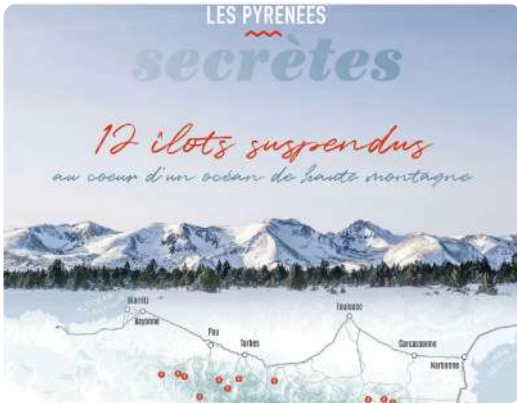
Création d'un dossier de presse de présentation des espaces nordiques pour la saison hiver 2024 / 2025

- **Étape 2 :**

Création du site internet Les Pyrénées Secrètes de promotion du collectif des espaces nordiques Pyrénéens –
lancement en février 2026

[Les Pyrénées secrètes | Explorez, vivez, découvrez - Réservez votre aventure](#)

Site co-financé par le collectif, le commissariat de massif via le FNADT et participation Agence des Pyrénées



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - France et Espagne

Développer le ski en mars en stations – Le Marsien

Une expérimentation réalisée l'année dernière avec 3 stations pilotes à l'origine de la demande (Peyragudes, Cauterets et Ax 3 domaines), de tester un concept en vue de booster la fin de saison.

Cet hiver, reprise de cette initiative pyrénéenne à l'échelle nationale via France Montagne.

Stations des Pyrénées participantes en 2026 : Peyragudes, Cauterets, Piau, St Lary, Val Louron, Ax 3 domaines, Font Romeu, Les Angles

• Mutualisation de moyens de communication :

Budget France Montagne

+ Complément de budget Agence des Pyrénées

Marché français ➤ via campagne digitale sur ACTU et SKI PASS

Marché espagnol ➤ vidéo conférence de presse dédiée, communiqué de presse, campagne Google Ads, réseaux sociaux

+ Actions de communication des partenaires et stations

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - Espagne

Actions presse collectives

Conférence de Presse de lancement de la saison HIVER :
19 Novembre 2025 - MADRID

Plus de 45 journalistes participants

Tout le massif représenté : Béarn Pyrénées Pays-Basque ; Département des Hautes - Pyrénées, Haute Garonne Pyrénées 31 ; Ariège Pyrénées ; Les Neiges Catalanes; Les Angles; Cauterets ; Ax 3 domaines; Pyrénées 2 vallées (Aure et Louron) et N'Py Nouvelles Pyrénées

Une conférence de presse en deux temps : présentation générale du massif et des nouveautés pour l'ensemble des territoires et stations puis rencontres individuelles

Nouveau : Tournage de la conférence de presse. Téléchargement sur YouTube sous forme de podcast.
Réalisation d'une version courte d'une minute teaser pour youtube.
2.213 visionnages à distance avant le début de la saison hivernale



DOSSIER DE PRESSE

• 96 pages et 19 sections avec des infos sur :
38 stations du ski, 16 spas, îlots nordiques, bons plans, ouvertures, gastronomie, hébergements

471 téléchargements des journalistes espagnols pendant l'hiver



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - Espagne

Actions presse collectives

Des relations presse en continu

- Des communiqués de presse tout au long de la saison
21 communiqués de presse saison hiver
1-2 communiqués presse par semaine
1er Octobre – 15 Avril
- Résultats : 515 articles publiés dans les Médias espagnols (Octobre25-Février26)
1.291 millions d'impressions
1,25 Million d'Euros Valeur Publicitaire

Des voyages de Presse

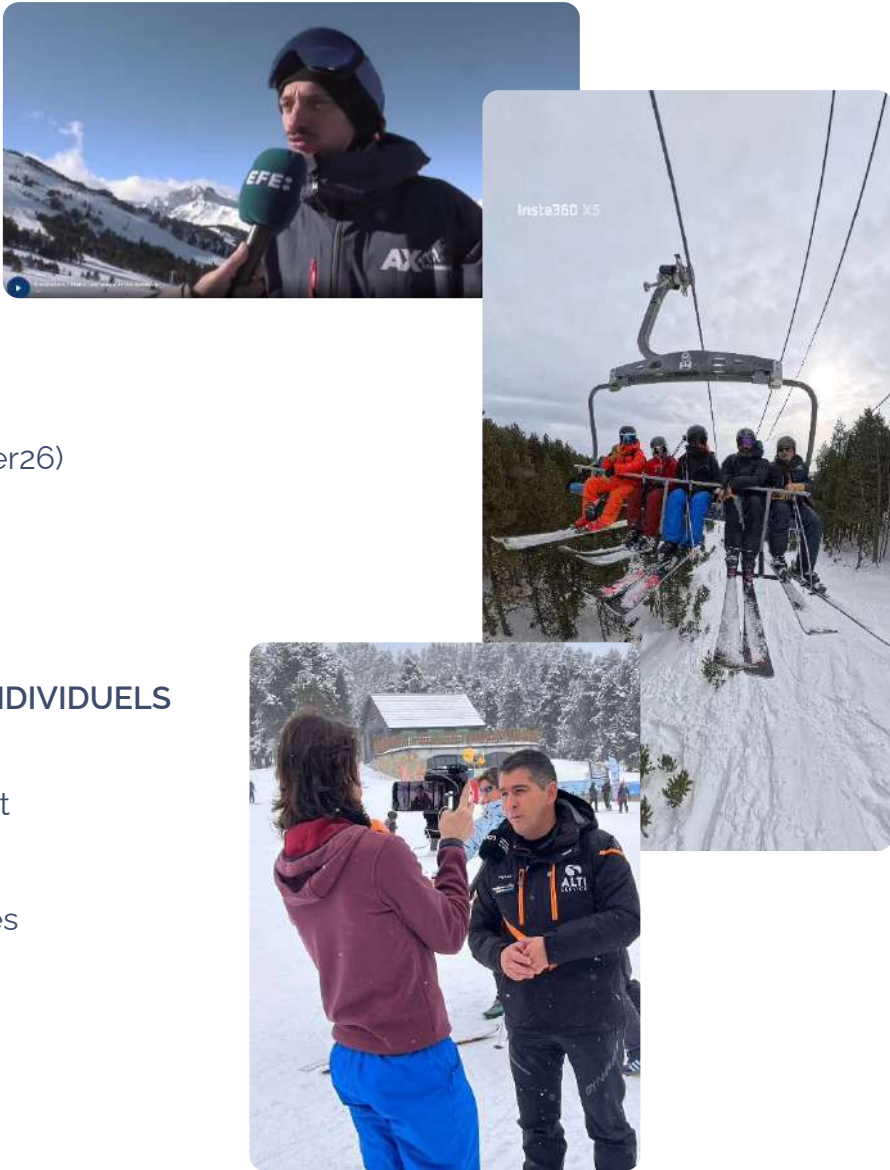
VOYAGES DE PRESSE DE GROUPE

- Voyage 1 : Cauterets
- Voyage 2 : La Pierre Saint Martin
- Voyage 3 : Gourette

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

VOYAGES DE PRESSE INDIVIDUELS

- Voyage 1 : Cauterets
- Voyage 2 : La Pierre Saint Martin
- Voyage 3 : Gourette
- Voyage 4: Ax-3-Domaines
- Voyage 5: Piau Engaly – Peyragudes
- Voyage 6: Ariège (Ascou Pailhères – Beille)



AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - Espagne

Campagnes de promotion mutualisées Pyrénées

Sur le marché espagnol comme sur le marché français, une double approche en termes de campagnes de promotion :

Campagne TV déclinée dans les différentes régions et langues

Cible des vacanciers à la neige

TV3-3Cat (Catalogne)

Euskal Telebista TV (Pays Basque)

+ télévisions locales

Campagnes de promotion médias
Cible des skieurs et vacanciers à la neige

Médias spécialisés dans la neige et la montagne

Médias Touristiques
Médias Généralistes

Partenariat avec le programme Paralelo 20 de Radio Marca :

Organisation d'émissions en direct lors de trois voyages de presse individuels au cours desquels la radio se rend dans la station, mentionne que l'émission est réalisée sur place. Il s'agit actuellement de l'émission de voyage la plus écoutée en Espagne. Emissions à Piau Engaly, St Lary et Peyragudes,



29
passages



36
passages

36
passages

SPOT TV en ESPAÑOL, CATALÀ, EUSKERA

PERFORMANCES : 11,1 M impacts
4,14 fois/vision

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - Espagne

Campagnes de promotion mutualisées Pyrénées

Réalisation de podcast et optimisation de la diffusion via un partenariat avec Oxigeno :

- Podcast ME LAS PIRI - **Réalisation de 7 nouveaux podcast expériences à la neige** (30mn chacun) : nouveautés ski & hiver, offres et forfaits, séjours ski & bien être
- Partenariat Oxigeno pour la diffusion, media digital et print leader sur les activités de pleine nature, média de référence montagne
- Promotion sur les plateformes (Youtube, Spotify, Ivoox)
- 8 épisodes au total
- Total de 322.220 écoutes
 -  **DEEZER**
 -  **Spotify**
 - 
 -  **ivoox**
 -  **pandora**
- 238.503 vues et 5.100 abonnés 
- 4.227 écoutes et 1.161 abonnés 
- Oxigeno : 79.490 écoutes



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - Espagne

Campagnes de promotion mutualisées Pyrénées

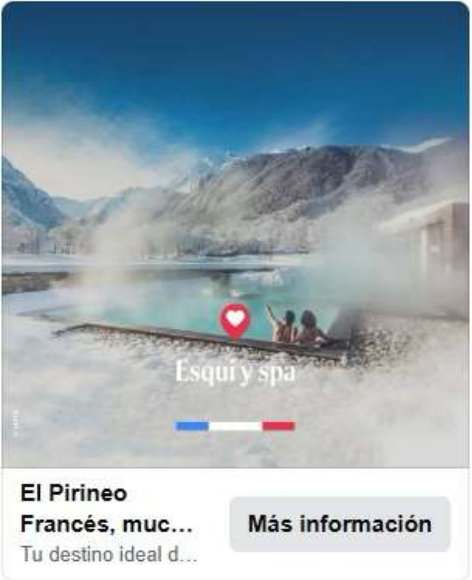
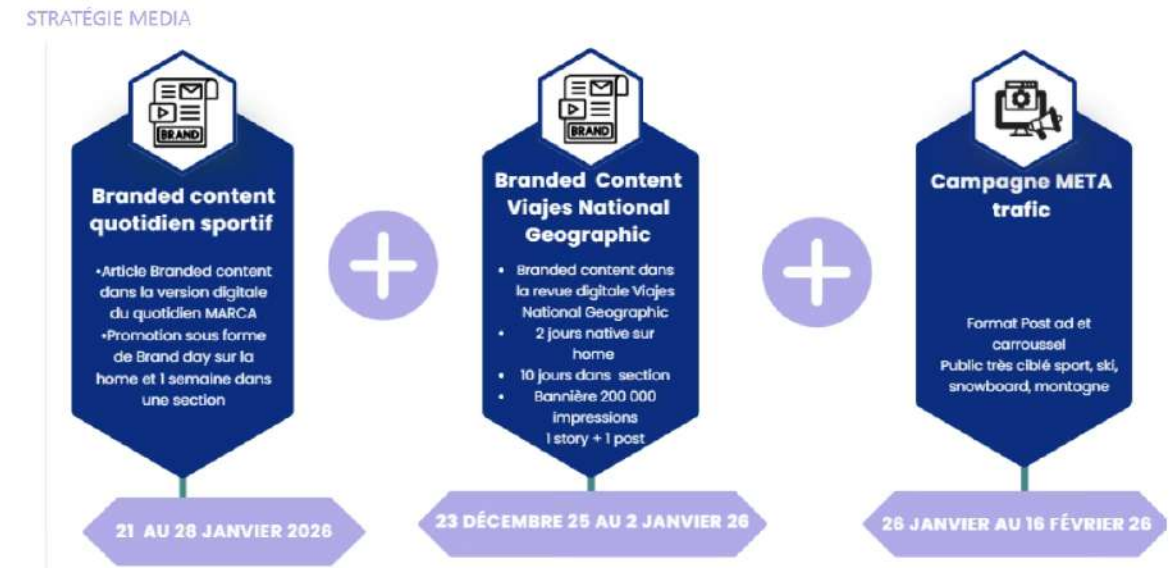
En partenariat avec Atout France Madrid

- 2 campagnes de branded content

Quotidien sportif MARCA, leader du marché espagnol - cible des skieurs

Viajes National Geographic : Media Voyages, expériences, loisirs - cible des vacanciers à la neige

+ 1 campagne programmatique pour créer du trafic sur la page web pyreneofrances.com



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



AXE 2 : PROMOUVOIR

Hiver 2025 et 2026 - International



Participation collective à des salons

Organisation de la participation collective sous pavillon Pyrénées à Destination Montagne / Grand Ski (Grenoble, janvier 2026 organisé par Atout France) :

- Un rendez-vous central dans la stratégie BtoB de commercialisation des stations et des départements à l'international (Tour opérateurs du monde entier)
- **Création d'un espace Pyrénées de 54M2** - participation de N'py, Altiservices Font Romeu – St Lary, Pic du Midi, Cauterets, Piau Engaly, Peyragudes, Office de Tourisme de St Lary, Luz, Ax 3 domaines, Les Angles, Département des Hautes-Pyrénées
- Groupe de travail pour optimiser la participation collective au salon
- Élaboration d'une offre d'Eductours sur plusieurs territoires

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



AXE 2 : PROMOUVOIR

Le Projet Européen ENJOYPYR



Participation au projet Européen POCTEFA ENJOYPYR

L'Agence des Pyrénées est pilote du work package promotion

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

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

Les étapes du projet :

- argumentaires de promotion des Pyrénées en transfrontalier
- plan marketing
- travail de structuration des offres
- promotion des offres transverses et transfrontalières



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 2 : PROMOUVOIR

Le Projet Européen ENJOYPYR

ENJOYPYR en 2025 – Finalisation des itinéraires & préparation du lancement de la promotion :

- Finalisation des itinéraires crée par les DMC
- Participation aux séminaires semestriels en Juin et Novembre 2025
- Lancement du plan marketing et de la création des outils de communication
- Portage par l'Agence des Pyrénées de la création des outils de communication pour lancement début d'année 2026
- Site internet enjoythepyrenees.com
- Carte des itinéraires



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

Axe 3

FÉDÉRER
LES
PYRÉNÉES



AXE 3 : FÉDÉRER

Pyréneo a pour objectif de **développer la notoriété** du massif des Pyrénées, de valoriser les **démarches innovantes** et d'**animer un réseau d'acteurs pyrénéens**. C'est de cette ambition partagée que Pyréneo : le grand rendez-vous des acteurs pyrénéens est né. L'événement offre l'opportunité de **réunir une large communauté pyrénéenne** pour nourrir une **réflexion** à travers des témoignages, des ateliers de travail et des temps d'échanges, **réfléchir à des enjeux intersectoriels et mettre en avant les démarches innovantes**.

Pour la **5^{ième} édition** le thème : « Les Pyrénées, un territoire où l'on invente de **nouvelles façons de vivre, de travailler et d'entreprendre** »

444 participants sur les deux jours

7 visites d'entreprises

1 plénière

7 ateliers participatifs

1 rencontre des élus du massif

1 rencontres Eco

**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**



AXE 3 : FÉDÉRER

Pyréneo - Rappel du Programme



Pour la **5^{ième} édition** le thème : « Les Pyrénées, un territoire où l'on invente de **nouvelles façons de vivre, de travailler et d'entreprendre** »

444 participants sur les deux jours

Les rencontres Eco : **150** participants

Atelier 1 – Avenir des Stations : **59**

Atelier 2 – La ressource en Eau : **40**

Atelier 3 - Les raisins de Pyrène : **25**

Atelier 4 - La culture en milieu rural : **36**

Atelier 5 – La forêt pyrénéenne : **26**

Atelier 6 – les jeunes : **40**

Atelier 7 – Vivre et entreprendre dans les Pyrénées Témoignage d'acteurs : **41**

Pyréneo 2025 : Programme simplifié

JEUDI 13 NOVEMBRE

Lieu : Espace Cathare – QUILLAN

9h // Accueil des participants

9h30 // Lancement de Pyréneo

10h // Les rencontres Eco Pyréneo

12h // Buffet déjeunatoire

14h – 16h30 // Visites d'entreprises

17h – 18h // Visite de la ville de Limoux

Point de rendez-vous : Musée PETIET

Lieu : Pôle culturel La Tuilerie – LIMOUX

19h30 // Inauguration

20h // Repas et soirée festive

VENDREDI 14 NOVEMBRE

Lieu : Pôle culturel La Tuilerie – LIMOUX

9h // Accueil des participants

9h30 // Plénière d'ouverture

11h30 // Trophées Pyréneo

12h30 // Buffet déjeunatoire

14h30 – 16h30 // Les ateliers thématiques

17h // Clôture animée de Pyrénéo avec passage de témoin au territoire de l'Ariège qui accueillera l'événement en 2026.

**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

AXE 3 : FÉDÉRER

Les événements de l'agence



06 Février 2025 : **Rencontres nationales Back to Earth**

18 Février 2025 : **Conseil d'administration extraordinaire**

04 Mars 2025 : **Comission Promo-Communication**

18 Mars 2025 : **Rencontre Presse Paris**

20 Mars 2025 : **Commission Formation-Développement**

31 Mars 2025 : **Rencontre Montagne Zéro Déchets**

07 Avril 2025 : **Comité Technique Transfrontalier Laine – Life Pyrénées4clima**

22 Avril 2025 : **Conseil d'Administration – Recrutement du nouveau président**

04 Juin 2025 : **Conseil d'administration**

18 au 20 Juin 2025 : **Forum des Pyrénées en Transition**

01 et 02 Juillet 2025 : **Séminaire PITON – Avenir des Territoires de Montagne dans le Couse**



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE 3 : FÉDÉRER



08 Juillet 2025 : **Life Pyrénées4CLIMA : COTECH Laine Restitution de la phase étude des marchés retenus pour la phase 2**

09 Juillet 2025 : **Commission Formation-Développement**

09 Juillet 2025 : **Assemblée Générale ADP**

01 Août 2025 : **Rencontre des acteurs de la filière vélo dans les Pyrénées**

15 Septembre 2025 : **Les Rencontres Éco Pyréneo et des Dynamiques autour des Trophées Pyréneo 2025**

22 Septembre 2025 : **Comission Promo-Communication**

23 Septembre 2025 : COTECH – **Restitution Étude et Valorisation Laine – LIFE Pyrénées4clima**

07 Octobre 2025 : **Conférence de presse Paris**

08 au 10 Octobre 2025 : **Salon du Roc d'Azur**

13 et 14 Novembre 2025 : **5ième édition Pyréneo à Quillan et à Limoux**

14 Novembre 2025 : **Conférence de Presse Pyréneo**

19 Novembre 2025 : **Conférence de presse Madrid**

02 et 03 Décembre : **Séminaire PITON**

04 Décembre 2025 : **Conseil d'administration**



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

Axe 4

PRÉSERVER LES PYRÉNÉES



AXE 4 : PRÉSERVER Le projet **POCTEFA PITON**

Lancement du projet innovant PITON :

Consortium de 10 partenaires, dont **6 français** (ADP, ISTHIA, CD66, CCCP, REPV, 2TM), 3 espagnols (FGC, ACwT, INEFC), et 1 Andorran (ARI) 3 partenaires transversaux (ADP, ISTHIA, SMC GS) pour un budget total de **1 937 778 €** sur 3 ans.

Dans un contexte de vulnérabilité accrue des territoires de montagne face au changement climatique, PITON a pour ambition de concevoir, d'expérimenter et de diffuser une méthodologie d'accompagnement territorial. Celle-ci vise à repenser la relation entre les territoires et leurs stations de montagne, à mobiliser l'ensemble des parties prenantes et à construire une trajectoire de transition commune.

Temps forts 2025 :

- Séminaires techniques en juillet 2025 à Guzet – Couserans (09) et en décembre 2025 à Canillo – Andorre

- Présentations lors du webinaire Euromontana (juillet), à l'International Mountain Conference à Innsbruck (septembre), à la restitution du projet INTERREG Alpine Space TranStat à Bruxelles (octobre), Conference of the International Research Network on Sport and Tourism à Algarve (octobre)



**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

AXE 4 : PRÉSERVER

Le projet POCTEFA PITON



Déploiement de la méthodologie sur les 4 territoires pilotes :

- Constitution des focus-groups regroupant élus, sociopro et habitants du territoire et réunion à 3 reprises. Quatrième focus-group organisé à l'hiver 2026
- Représentation du territoire système à travers une carte holistique
- Expression commune de la vision du futur à travers un futur désirable
- Emergence d'initiatives à déployer pour amorcer la transition

En 2025, PITON a représenté un budget de **98.000€** (déclaration dépenses) pour l'ADP

Sur l'ensemble du projet (période de janv 2024 à déc 2026) le budget global pour l'ADP est de **279 056,59 €** (dont **181 386,00 €** de financement POCTEFA)



**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

AXE 4 : PRÉSERVER

Le projet LIFE Pyrénées4clima



Mobilisation des acteurs et lancement des actions



Économie de montagne adaptée :

- Études de projections d'enneigement des stations pyrénéennes à travers la méthodologie CLIMSNOW livrés en septembre 2025 pour 3 stations : Alpine - Cambre d'Aze (TRIO) ; Porté-Puymorens (TRIO), restitué le 07.10.2025 aux équipes de la Station et Nordique - Iraty.
- Lancement des actions concernant le Tourisme Circulaire sur le territoire Lourdes-CCPVG : réunion d'information le 17 juillet 2024 à la Mairie de Lourdes et réunions de travail régulières autour de la préfiguration d'un Incubateur d'Innovation Touristique.

Action Développement de nouveaux produits touristiques :

- Lancement de l'action en septembre 2025
- Étude réalisée par le Centre Européen des Textiles Innovants, livrée en septembre 2025
- Priorisation des débouchés économiques des laines pyrénéennes au regard des marchés potentiels et des qualités de laine



**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

AXE 4 : PRÉSERVER

Le projet LIFE Pyrénées4clima



Action Laine :

- Installation du Comité Technique Transfrontalier (4 réunions en 2025) autour de l'étude "Valorisation des Laines Pyrénéennes"
- Étude réalisée par le Centre Européen des Textiles Innovants, livrée en septembre 2025
- Priorisation des débouchés économiques des laines pyrénéennes au regard des marchés potentiels et des qualités de laine

Piloté par l'Observatoire du Changement Climatique, le projet LIFE PYRENEES4CLIMA regroupe plus de 40 partenaires, 33 actions expérimentales et un budget de 20 M€ sur 7,5 ans. L'ADP est leader du WP 4 – Adaptation de l'économie de montagne, et dispose d'un budget d'environ 650 000 €, dont 346 171,00 € en RH et 230 000 € en services externes.

Le WP4 du LIFE PYRENEES4CLIMA a vocation à mener des actions de transition sur le Tourisme durable, sur la valorisation des produits du pastoralisme et sur la filière forêt-bois

En 2025, le projet LIFE PYRENEES4CLIMA a représenté environ 85 000 € de dépenses, subventionné à 60%

LIFE en 2025 – Temps forts

- Journée internationale des glaciers le 24 mars à l'UNESCO à Paris
- "Pyrénées en Transition" du 18 au 20 juin à Bagnères de Bigorre
- Séminaire LIFE le 01 et le 02 octobre à Jaca en présence d'ELMEN CINEA

**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

AXE 4 : PRÉSERVER

AMI Gestion des flux



Une réponse pyrénéenne aux enjeux de gestion des flux

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

Un changement de regard pour le tourisme comme facteur de développement raisonnée des territoires

En 2025, la mise en œuvre d'expérimentations en cohérence avec le socle commun défini collectivement

- 4 séminaires en 2025 (Montels-21 janvier ; Montségur-22 janvier ; Gavarnie-10 avril ; Foix – 10 décembre)
- Établissement d'un socle commun de de la gestion des flux, décliné autour de la notion de « seuil d'équilibre » par l'ISTHIA
- Expérimentations sur 5 des 4 territoires pilotes, dont 3 accompagnés en formation-développement
- Capitalisation du socle commun, de la méthodologie et des expérimentations dans un carnet des expérimentations
- Rapport intermédiaire en décembre 2025 : 202 500 € de dépenses (dont 70 339 € de l'ADP) subventionnées à **80% soit 162 00 €**

**L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES**

AXE 4 : PRÉSERVER

Le projet CIMA 360



Consortium de **6 partenaires, 4 français** (ADP – chef de file, ISTHIA, CREPS Toulouse, Association Transition) et **2 partenaires espagnols** (Uni Gerona, INEFC) pour un budget total de **1.712.963,06 €** sur 3 ans, subventionné à 65%. L'ADP dispose d'un **budget de 251 228,88 €**, dont 122 089,98 € en RH et 103 500 € en services externes. Le projet CIMA360 vient renforcer les autres projets que l'Agence pilote où auxquelles elle participe, en accompagnant l'évolution des compétences face au changement climatique afin de favoriser le maintien des populations actives en montagne.



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

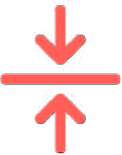
- Candidature déposée au 21 avril 2025
- Notification définitive d'acceptation le 10 novembre 2025
- Lancement du projet le 01 janvier 2026 et kick-off en avril 2026



AXE
TRANSVERSAL

AXE TRANSVERSAL

L'observation de la fréquentation touristique



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

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

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

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

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

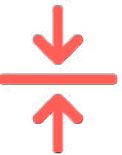
En 2025 la Cerdagne a également rejoint l'observatoire et d'autres destinations manifestent également leur intérêt pour prendre part à la dynamique.

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



AXE TRANSVERSAL

L'observation de la fréquentation touristique



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

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

Il est composé de 2 dimensions :

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

Pour chaque territoire, il représente :

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

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

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



L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

AXE TRANSVERSAL

L'observation de la fréquentation touristique

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

LES SUPPORTS ET BILANS :

- **Les infographies** - des bilans synthétiques et visuels en cours de saison, 6 infographies / an

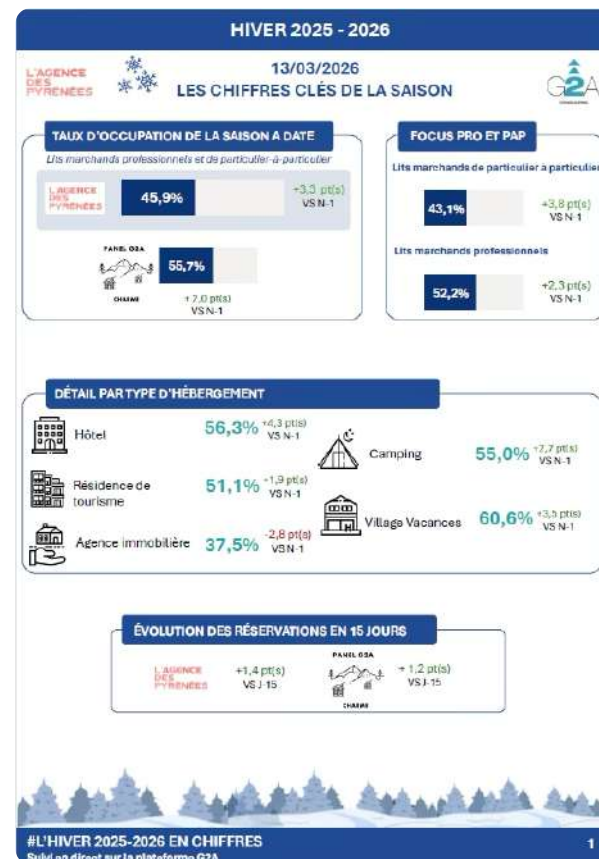
- Des infographies pour chaque destination
- Des infographies consolidées massif des Pyrénées

- **Les bilans de saison** – Hiver et Eté

- **Des animations sur les territoires** - réunions de lancement de saison, de présentation des résultats et bilans de saison

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

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



L'AGENCE DES PYRÉNÉES

 www.agencedespyrenees.com

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

 <http://marque.pyrenees.fr>

 7 Place du Maréchal Juin - 31800 Saint-Gaudens

 05 61 13 55 68

 contact@agencedespyrenees.fr

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES

