

Comment décliner le thème fédérateur : **Sommet Mythique et concentré Cévenol**

“Sommet mythique et concentré Cévenol”, c’est une promesse que fait le territoire à ses visiteurs.
Et c’est ce que les clientèles ciblées vont trouver sur le territoire : *exemple*

Les Sportifs : *journée de VTT pour des Montpelliérains...*

Ce que le massif de l’Aigoual peut proposer en idée de circuits balisé agrémenté de points d’arrêts

10h	11h	12h	13h	14h	15h
Départ sur le Causse	Tracé en forêt et passage de single	Arrivée au sommet de l’Aigoual : pause photo et boissons face au panorama 360°	Descente de l’Aigoual sur Valleraugue par les “4000 Marches VTT”	Pause photo sur un belvédère aménagé face aux cultures d’oignons en terrasse	Passage par l’office de tourisme à la remontée, au col de la Serreyrède et achat de produits locaux

Les Curieux : *couple de camping caristes belges en vacances sur le littoral, recherche le frais dans l’arrière pays...*

Ce que le Massif de l’Aigoual peut proposer pour les attirer et les retenir

11h	12h	13h	15h	16h	19h
Passage à proximité d’une signalétique “Mont Aigoual – Belvédère du Grand Sud”	Découverte en voiture des gorges de la Dourbie par la route touristique, sur la route du sommet	Dégustation de produits locaux à la ferme	Balade panorama sur le sentier thématique du sommet et découverte des essences locales	Visite du musée de l’Aigoual	Nuitée sur l’aire de camping car de Pra Peyrot

Les groupes structurés : *groupe senior de Valence*

Ce que le Massif de l’Aigoual peut proposer pour accueillir et faire vivre une expérience à un groupe de 50 personnes

10h	12h	14h	16h	18h
Visite du musée de l’Aigoual	Pique-nique au sommet de l’Aigoual	Promenade au sommet de l’Aigoual avec un accompagnateur sur la thématique “territoire UNESCO”	Goûter Cévenol à la ferme sous chapiteau	Photo de groupe face aux terrasses d’oignons

Les familles : *famille de 4 personnes de Nîmes en court-séjour neige à L’Espérou*

Ce que le Massif de l’Aigoual peut proposer comme activités et hébergement qui permet à une famille de se retrouver

10h	12h	13h	15h	16 h	20h
Navette pour Prat Peyrot depuis l’Espérou	Pause photo des enfants sur les modules slope style débutant	Grillades au chalet cheminée	Exposition de photos du sommet de l’Aigoual sur la piste thématique	Après ski sur la patinoire naturelle	Animation : promenade contée sur les mythes et légendes de l’Aigoual

Les groupes d’amis : *groupe de 6 étudiants de Montpellier à petit budget, en court séjour*

Ce que le massif de l’Aigoual peut proposer comme activités dynamiques et à petit prix

Vendredi	Samedi	Dimanche
Arrivée en bus Ski à Prat Peyrot Nuit en meublé réhabilité “Aigoual-Cévennes”	Ski à Prat Peyrot Grillade au chalet cheminée Sortie raquette coucher de soleil par le sentier balisé Nuit en meublé réhabilité “Aigoual-Cévennes”	Contest ouvert à tous sur le snow park Retour à Montpellier en bus

Les spécialistes : *couple de Bretons en vacances à Millau et passionné de nature*

Ce que le massif de l’Aigoual peut proposer comme expériences pour valoriser son environnement exceptionnel

9h	10h	12h	13h	16h	19h
Photo du sommet de l’Aigoual et de l’observatoire pris depuis la route	Visite avec un guide conférencier sur le territoire Unesco	Pique nique au sommet de l’Aigoual	Découverte de l’Hort de Dieu par le sentier thématique	Visite de Bramabiau	Détour par Prat Peyrot pour visiter les hébergements éco-conçus dans la forêt

Les éléments de différenciation

→ LE PHYSIQUE pour exister

Le physique permet à un territoire d'exister à travers ses caractéristiques distinctives.

QUALIFICATION DU PHYSIQUE DU MASSIF DE L'AIGOUAL

Le territoire de l'Aigoual se déploie autour des pentes du massif. C'est un territoire étonnamment varié sur un petit périmètre.

- Un **plateau sommital** culminant à 1565 m, rayonnant sur tout le Languedoc
- **Sommet** très proche du littoral (Mtp/Nîmes)
- Point de bascule géographique et climatique : **ligne de partage des eaux**
- Un **paysage** à multiples étages et formes : **torrent, terrasses, forêt, maquis,...**
- De grands plateaux (**Les Causses**) et des vallées profondes (La Dourbie, L'Hérault)

Mots clé : SOMMET, OUVERTURE, CONTRASTES, CAUSSES

ILLUSTRATIONS DU PHYSIQUE



COMMENT L'UTILISER : EXEMPLE

→ Pour les images des supports de communication

Le cadrage des photos de paysage montre la **richesse paysagère** : forêts dense + vallée + pente aride + détail.
Le cadrage panoramique est privilégié.



→ LA VOCATION pour durer

Définir sa vocation, c'est affirmer à quoi sert le territoire, pourquoi il s'ouvre au tourisme et les valeurs qu'il porte.

QUALIFICATION DE LA VOCATION DU MASSIF DE L'AIGOUAL

De l'utilité du territoire pour ses habitants et ses visiteurs

- **Territoire refuge, vie et d'accueil**
 - C'est historique, les Camisards ou les résistants notamment ont trouvé refuge dans les villages et forêts des pentes du Mt Aigoual.
- **Aire de loisirs pour les urbains des agglomérations du Languedoc-Roussillon**
 - Le massif s'ouvre aux villes très proches depuis toujours : Nîmes, Montpellier, Millau, Alès
- **Retrouver ses racines**
 - Pour les régionaux : l'attachement par une maison de famille, le lieu de ses premiers traces sur la neige
 - Pour les séjournants : le cadre de vie, l'authenticité, le rythme, le calme
- **Marier l'agriculture, la qualité de vie et le tourisme**
 - C'est souvent la raison pour laquelle on s'installe sur le territoire
- **Vivre et faire vivre des expériences sensorielles contrastées**
 - Sur tout le territoire, cela se vérifie : de la douceur des vallées à la fraîcheur de l'Aigoual, des senteurs douces de l'oignon aux caractères de fromages du Causse
- **4 saisons : les offres et la vie dans le massif se décline au long des 4 saisons**
 - Hiver = la neige proche de la mer
 - Automne = la cueillette (champignons en particulier mais pas que), herboriser puis cuisiner + promener puis bien manger (cuisine au fil des saisons, le gibier)
 - Été = se rafraîchir (climat + eaux vives), visiter, s'évader
 - Printemps = la remise en forme, la découverte de la nature

Mots clé : TERRITOIRE D'ACCUEIL, QUALITÉ DE VIE, RACINES...

COMMENT L'UTILISER : *EXEMPLE*

→ **Pour qualifier l'authenticité du territoire dans les textes ou images de brochures**

LE CARACTÈRE pour s'imposer

Le caractère permet de qualifier la personnalité de la destination.

QUALIFICATION DU CARACTÈRE DU MASSIF DE L'AIGOUAL

Fier :

- De son cadre de vie
- De son histoire
- De ses événements, comme la transhumance

Discret :

- Se laisse découvrir avec le temps
- Porte toujours une part de mystère ou de mythe
- Pas de "chi-chi"

Audacieux :

- Dans un territoire et une nature parfois difficile

Mots clé : FIERTÉ, HISTOIRE, MYSTÈRE, DÉCOUVERTE, AUDACE...

COMMENT L'UTILISER ?

→ Le caractère trouve des applications concrètes dans :

- Le choix des mots, des arguments de promotion, de vente,
- Les options en termes de formation, d'échanges et de conception de produits et de services...

→ Fondement de la différenciation, le caractère est à la fois :

Le caractère fonde "le terroir" : celui-ci est le résultat d'une géographie qui forge les hommes alors qu'eux-mêmes fabriquent un paysage pour mieux pratiquer leurs activités...

- Le reflet des engagements du territoire, des élus, des techniciens et des professionnels...
- Le reflet des pratiques et des motivations des clients à choisir la destination et à y revenir...

→ LE STYLE pour séduire

Tout communique, et le style permet d'exprimer la personnalité : Mots, couleurs, musiques, images, odeurs sont constitutifs de la personnalité.

QUALIFICATION DU STYLE DU MASSIF DE L'AIGOUAL

Pluriel :

- Des facettes déclinées sur un même thème
- De la diversité dans les couleurs

Sobre :

- Matériaux bruts et nobles
- Pas de côté ostentatoire
- Harmonie agriculture / vie humaine / nature

Mots clé : PLURIEL, SOBRE, HARMONIE...

ILLUSTRATION : feuille de style hébergement



COMMENT L'UTILISER :

→ Le style trouve des applications concrètes dans tout ce qui touche à l'image et au bâti

- La promesse : Brochures et sites Web du territoire ou de chaque opérateur portent l'image voulue pour se différencier à travers le choix des couleurs, images, mots-arguments, mise en page, choix des liens, promotions...
- Le vécu et le ressenti : Urbanisme, architecture, mobiliers urbain, aménagements intérieurs des commerces, logements, locaux de services composent l'image vécue et ressentie à travers les matériaux, couleurs, mobiliers...