

Présentation de la globalité du projet, sa cohérence interne

Au terme de l'état des lieux du Massif de l'Aigoual, ont été mis en évidence les points forts du territoire : la notoriété de l'Aigoual, de l'Observatoire, la densité et la notoriété du réseau de chemins de randonnée, la présence d'une vie associative dense, un fort engagement des habitants, des acteurs pour faire vivre et animer le Massif (en particulier le calendrier d'événementiels de forte notoriété), la qualité et la diversité des paysages. Ces points forts sont très atténués l'hétérogénéité constatée de l'offre touristique et de la restauration, et par la faiblesse de la qualité de l'accueil et de l'hébergement.

La stratégie proposée dans une vision prospective à dix ans du Massif de l'Aigoual est de renforcer les acquis c'est à dire la présence d'une clientèle de proximité (urbains du littoral languedocien le plus souvent) venant vivre des temps de repos ou sportifs partagés, puis dans un deuxième temps d'aller conquérir de nouvelles clientèles.

« Retrouver l'Aigoual Mythique » est l'expression de la volonté de restaurer la magie des lieux du Massif, de renforcer les qualités spécifiques du Massif par rapport aux destinations concurrentes et d'ordonner l'ensemble des énergies locales vers cet objectif.

Quatre axes de travail convergents ont été distingués :

1 – Retrouver l'Aigoual Mythique, le point focal d'attraction du territoire, en restaurant la qualité des espaces du sommet, et en organisant l'irrigation de l'ensemble du Massif depuis le sommet,

2 - Développer le massif, territoire d'activités 4 saisons de nature, de vie, de découverte, c'est à dire re-mettre en valeur la capacité des lieux à offrir des espaces de pratiques sportives/ludiques sur les 4 saisons de l'année, pour tous les niveaux de pratiquant, sportif de haut niveau ou personne en situation de handicap ... et le faire savoir !

3 – Offrir des conditions d'accueil dignes d'un espace mythique : il s'agit de la qualité des produits et prestations touristiques, de « professionnaliser et caractériser l'offre touristique » qui est aujourd'hui faible, de faire émerger l'offre locale par rapport à la concurrence,

4 – Organiser la réflexion préalable et la mise en oeuvre des différents axes du « Schéma ».

Chaque acteur du territoire, et chaque commune en particulier, a son rôle à jouer dans le fonctionnement global du Massif.

Orientation Stratégique 1 : Retrouver l'Aigoual Mythique

C'est quoi l'idée d' « Aigoual Mythique » ?

C'est mettre fin à sa banalisation (on vient en voiture jusqu'en haut, on se gare, on va jusqu'au belvédère en traversant un parking et on repart). Retrouver l'Aigoual Mythique c'est permettre aux visiteurs de se ré-appropriier les qualités du sommet : prendre le temps de cheminer, de regarder et sentir (climat mythique, excessif), respirer un air plus léger qu'en ville, faire un petit ou grand effort (mériter le sommet que l'on soit promeneur en famille ou grand sportif en compétition) et accéder enfin au panorama ... finalement n'est-ce pas une petite ou grande victoire sur soi-même ?

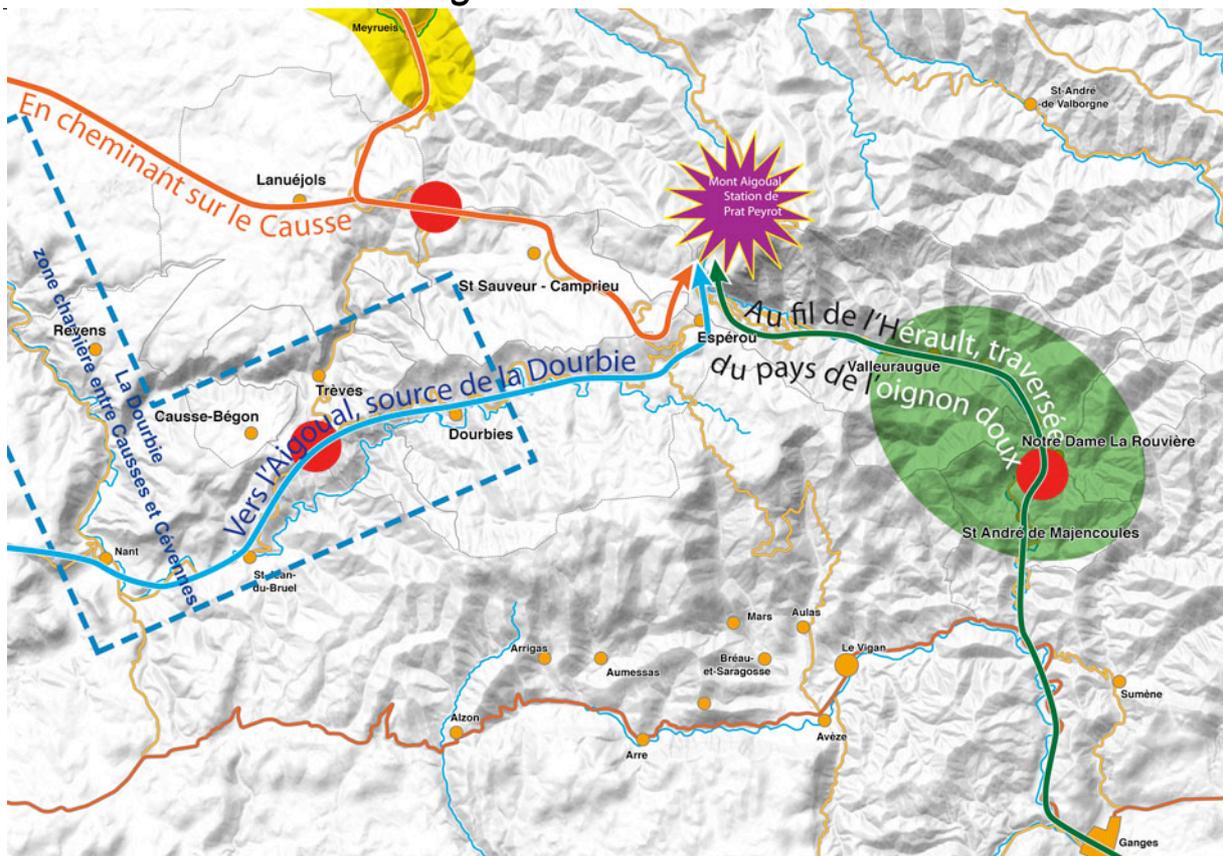
Le projet est d'offrir le temps de la découverte, les sensations de la montagne et du sommet, de mettre en valeur un belvédère qui dévoile un quart du territoire français.

Le développement suivant est centré sur les visiteurs en « mode motorisé », les randonneurs sont plus pris en compte dans l'axe 2.

Le projet d'Aigoual Mythique se développe en trois temps :

- Cheminer vers l'Aigoual, aller vers le sommet en traversant le Massif
- Retrouver l'Aigoual Mythique, visiter ou conquérir le sommet
- Irriguer le Massif à partir du sommet.

1.1 Cheminer vers l'Aigoual



Cheminier vers l'Aigoual

	base sports/loisirs de l'Aigoual > Prat Peyrot		la Dourbie, charnière entre Causse et Cévennes		En cheminant sur le Causse
	porte d'entrée du Massif, espace d'interprétation		Site remarquable du goût		Vers l'Aigoual, source de la Dourbie
			Opération Grand Site des Gorges de la Jonte		Au fil de l'Hérault, traversée du pays de l'oignon doux

L'Aigoual est une destination / un lieu identifié qui entre en résonance avec les autres lieux emblématiques du périmètre UNESCO : Gorges de la Jonte, la Couvertoirade, les gorges de la Dourbie ... L'ensemble de ces lieux devraient se renvoyer les visiteurs.

Comment on y accède physiquement ?

c'est une question de stratégie globale de la signalétique, notamment depuis :

- depuis l'A75
- depuis la « zone de chalandise » / le littoral
- les « portes » d'accès au Massif de l'Aigoual au fil des routes

1.2 Retrouver l'Aigoual Mythique

Constat et souhaits :

La reconquête du sommet de l'Aigoual passe par des actions simples mais volontaires. Aujourd'hui montagne galvaudée, sillonnée de routes, il est temps de lui redonner son rôle de sommet mythique, belvédère du Sud de la France, de dégager son sommet des zébrures, des parkings et des pollutions.

Le transfert des stationnements automobiles de l'Observatoire vers Prat Peyrot permet, dans le même temps, de renforcer la fonction de « base de vie » de la station de ski et de l'ouvrir vers une utilisation au fil des 4 saisons.

La démarche procédera en trois temps :

- changer rapidement l'image du sommet en mettant en place le belvédère mythique et les premiers éléments forts de la base sportive
- dans le même temps prendre le temps de la réflexion, en concertation avec l'ensemble des usagers/acteurs, aux fonctions et usages de Prat Peyrot – base sportive 4 saisons, cela afin de définir un programme
- à la suite de cette réflexion, élaborer un projet paysager et architectural global fondé sur le programme établi.

1.2.1 Changer l'image du sommet, retrouver l'Aigoual Mythique

Objectifs des aménagements proposés :

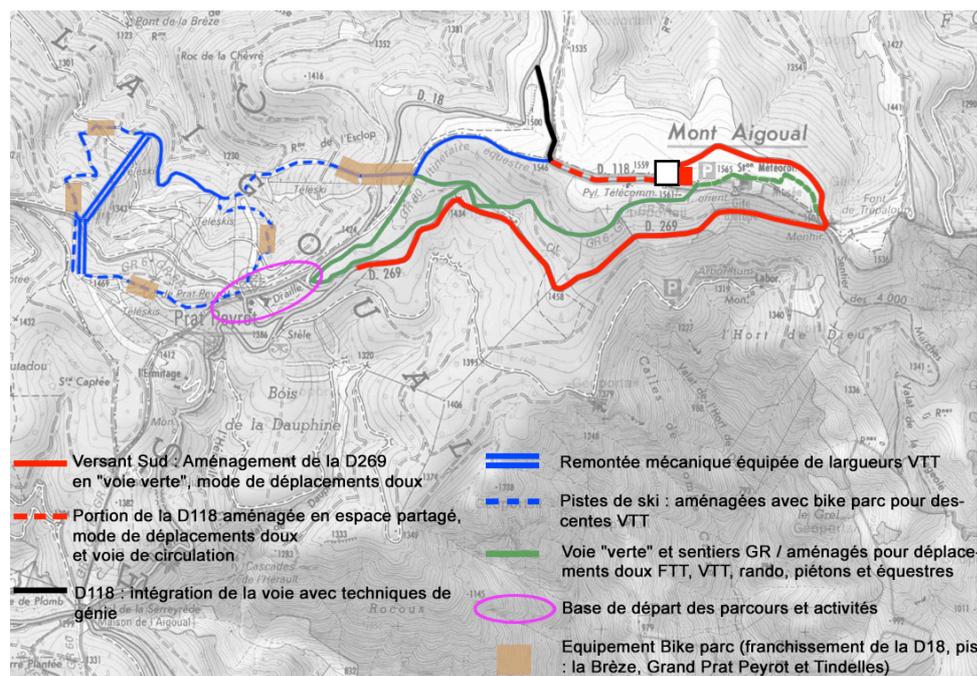
L'essence même des propositions est de recréer un rapport le plus direct entre l'Homme et la montagne, il doit la sentir, la pratiquer, la respecter. Les éléments naturels participent au mythe et l'enrichissent. Monter au sommet doit être un « but » et non une consommation d'espace en 10 minutes depuis les villages proches.

Les aménagements doivent mettre en scène les paysages, la flore, les traditions, tout en offrant une large diversité de pratiques « douces ».

L'accès au sommet pour les véhicules de tourisme doit être réglementé 6 mois par an (printemps, été, début automne) et seulement sur la face Nord-Ouest. Les faces Nord-Est et la face Sud doivent retrouver une ampleur à l'échelle du paysage et plonger vers l'Hort de Dieu et la vallée de l'Hérault, la route actuelle doit se transformer en sente réservée aux déplacements doux (FTT, vélos, piétons, cavaliers et calèches...).

Cette sente doit irriguer les sentiers de découverte, les GR, les diverses pistes. Différents publics sont concernés les familles, les groupes, les sportifs. Ces derniers ne sont pas en reste avec un panel d'activités élargi, dont certains, permettront, de rentabiliser les installations de la station de Prat Peyrot et d'initier de nouveaux emplois, de nouveaux challenges en synergie avec d'autres sites, Ventoux, Aubrac, Lozère...

Plan de synthèse des actions proposées pour les activités sportives de plein air (hors période hivernale) :



Aménagement de la station de Prat Peyrot pour les activités sportives de plein air (hors période hivernale) - Objectifs

La station doit devenir le « camp de base » des activités offertes sur le massif de l'Aigoual, les infrastructures sont existantes pour partie et même largement dimensionnées pour les hivers sans neige.

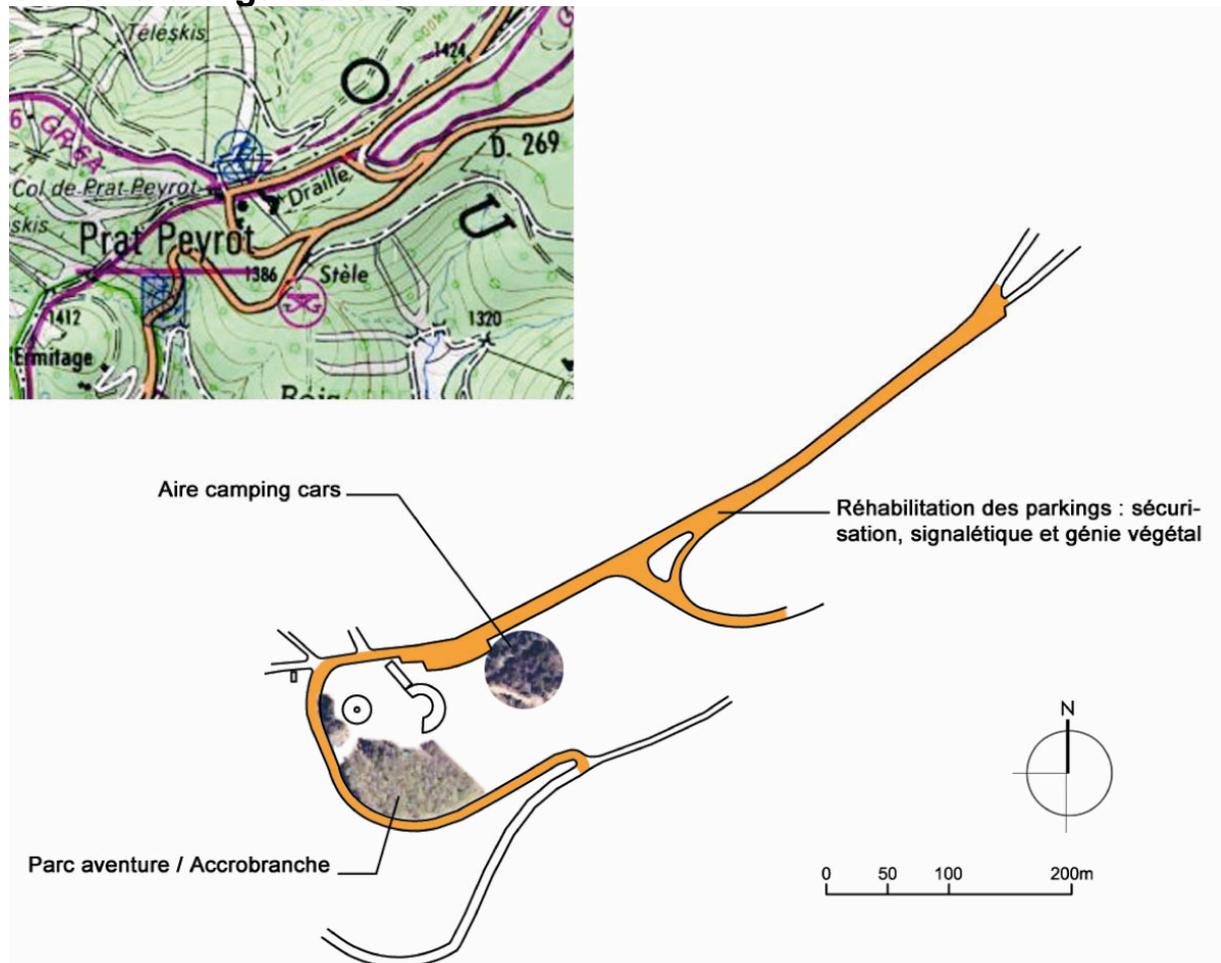
Durant les six mois de réglementation pour l'accès au sommet, les installations du site, parking, bâtiments, infrastructures diverses et pistes de ski alpin peuvent trouver un nouvel essor ; accueil, accompagnement de groupe, initiations à de nouveaux sports, sécurité etc. tout en étant en accord avec les partenaires institutionnels.

Les axes principaux de travail sont :

- accueillir les véhicules,
- dissocier les flux entre les piétons et les circulations tout en les sécurisant,
- organiser une aire de camping car limitée mais respectueuse des milieux,
- installer des aires de jeux complémentaires aux existants,
- offrir des services, restaurations, location de Fauteuils Tout Terrain (FTT), de calèches, de vélos, de largeur pour téléski, d'accompagnement par guides spécialisés (découverte des milieux, sports...) la liste n'est pas exhaustive.

L'objectif serait de capter une partie importante des visiteurs actuels (tout voiture) qui ne font que passer.

Schéma d'organisation :



Images de référence : BIKE PARK DU VENTOUX





Vidéo disponible sur :

<http://www.youtube.com/watch?v=5ACgoCVL0kU>

LARGUEUR VTT (Exemple)



ENGINS DE LOISIR BENEFICIANT D'UN AVIS DU STRMTG

Version du 17 janvier 2012

Ce document liste les différents engins de loisirs (d'été et/ou d'hiver) bénéficiant à ce jour d'un avis "AVEL" du STRMTG. Les conditions d'utilisation mentionnées ci-dessous pour chaque engin le sont à titre informatif. Pour connaître les conditions détaillées d'utilisation de chaque engin, se référer au contenu de chaque avis AVEL. Et en cas de besoin, contacter le "chargé d'affaires engins de loisir" au STRMTG : Jérôme CHAUVET.

Rappels de la réglementation en vigueur :

→ définition d'un "engin de loisir" : il s'agit du cas où l'utilisateur n'est pas "solidaire d'un engin de glisse (ou à roues) individuel praticable debout et permettant l'utilisation normale des agrès".

Les matériels répondant à la définition ci-dessus n'ont donc pas obligation d'être couverts par un avis AVEL du STRMTG. C'est le cas notamment des skis, snowboard, monoski, télémark, ski sur herbe, etc...

→ transport sur télésièges : les "engins de loisir" dont l'avis AVEL du STRMTG ne détaille pas des règles d'utilisation (ou une interdiction d'utilisation) sur télésièges, peuvent être transportés sur télésièges en étant considérés comme des "bagages" au sens de la réglementation. Les conditions de transports de ces "bagages" sur télésièges sont alors celles définies par l'exploitant avec son bureau de contrôle. Exemples : VTT, Yooneer, Snake Gliss, Mountainboard, etc...

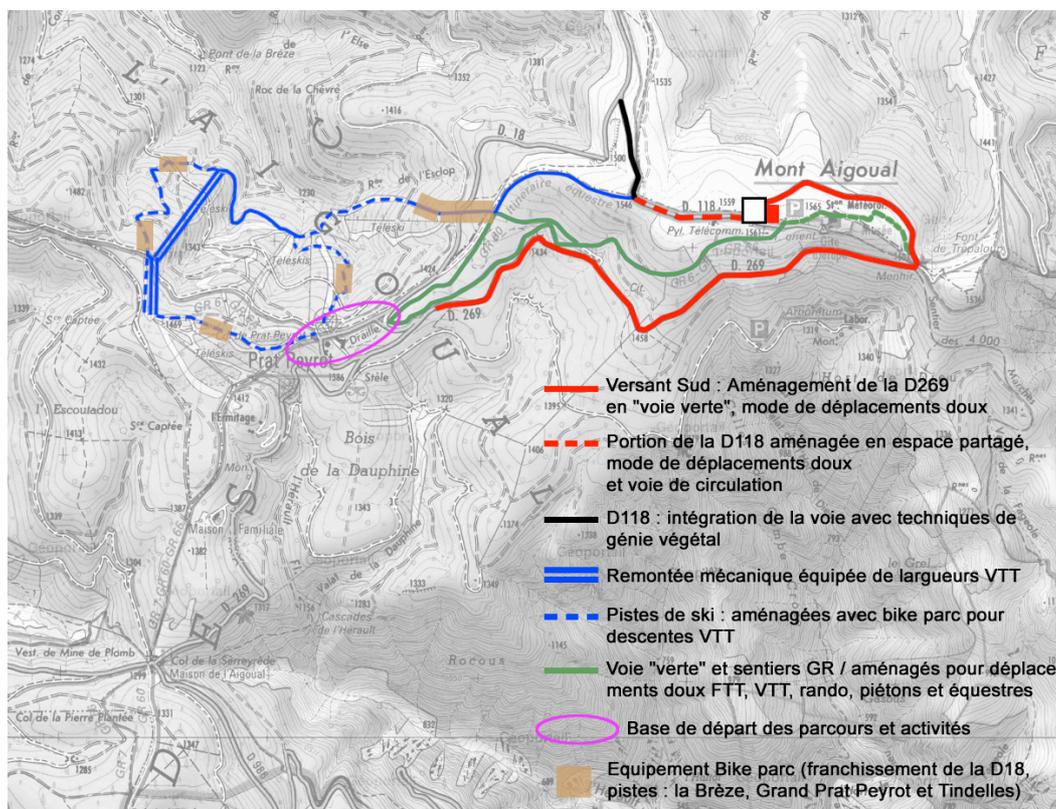
Dénomination	Bénéficiaire de l'avis	Designation n°avis	Année du dernier modèle connu par le STRMTG	Saison d'exploitation	Modèles concernés de l'engin de loisir (si vote = base)	Dispositif d'accrochage à l'agrès du téléski (cf. page 4)	Conditions limites d'utilisation					Autre	Présence d'une vigie à l'arrivée du téléski	Descriptif	
							Type d'appareil	Vitesse max	Pente max	Age ou taille mini	Espacement entre vélocycles				
VTT															
Le STRMTG ne délivre pas d'avis AVEL sur les VTT, du fait de la multitude des constructeurs et modèles existants.															
En cas d'utilisation de VTT sur télésiège avec un dispositif d'accrochage à l'agrès du téléski, le STRMTG a délivré des avis favorables sur certains de ces dispositifs (voir ci-dessous).															
Néanmoins, le STRMTG a convenu depuis 2007 que les VTT pouvaient être acceptés sur télésièges, <u>sans dispositif d'accrochage à l'agrès</u> , à la simple condition que le BCRM (Bureau de Contrôle des Remontées Mécaniques) chargé du contrôle du téléski concerné, ait donné son accord à l'exploitant du téléski pour une telle utilisation. L'acceptation ne pourra donc se faire qu'au cas par cas, par le BCRM, en fonction des caractéristiques propres à chaque téléski (profil, aménagement, consignes d'exploitation...)															
BIKE UP (dispositif d'accrochage pour tracter des engins de loisir à 2 roues sur téléski)	---	Dr 708/97 B99	2001	été hiver		---	téléski perches débrayables : 3,5 m/s téléski perches fixes : 2,5 m/s tout type de téléski à perches : 3 m/s	45% 30% 35%	10 ans 8 ans 10 ans	10 s 15 s 10 s	angle maxi 35° exploitation simultanée avec des skieurs interdite		Si aire d'arrivée non visible depuis le départ		
VITRACT (dispositif d'accrochage pour tracter des engins de loisir à 2 roues sur téléski)	CREA TEAM	AVEL_888_86_D	2005	été		---	téléski perches débrayables : 3,5 m/s téléski à enrrouleurs : 2,5 m/s	40% 40%	12 ans 12 ans	10 s 10 s	angle à l'endroit maxi 30°		Si aire d'arrivée non visible depuis le départ ou si impossibilité de communication		
YAKROCH VTT (dispositif d'accrochage pour tracter des engins de loisir à 2 roues sur téléski)	YAKA DVT	AVEL_774_01_A	2001	été		---	téléski perches débrayables : 2,8 m/s	25%	1,25 m	10 s			Si aire d'arrivée non aménagée et non visible depuis le départ ou si impossibilité de communication		
LARGUEUR TESSIER (dispositif d'accrochage pour tracter des engins de loisir à 2 roues sur téléski)	TESSIER	AVEL_763_05_A	2005	été		---	téléski perches débrayables : 2,5 m/s	25%	1,25 m	10 s	attention : ce LARGUEUR TESSIER est différent du modèle utilisé Thiver avec les maténets de ski assis.		Si aire d'arrivée non aménagée et non visible depuis le départ ou si impossibilité de communication		

Site Internet : http://www.strmtg.equipement.gouv.fr/IMG/pdf/Recap_avis_AVEL.pdf

Référence Amazone Aventure



ESTIMATION : ACTIVITES SPORTIVES ET LUDIQUES SUR LE SOMMET DE L'AIGOUAL



Versant Sud : Aménagement de la D269 en "voie verte", mode de déplacements doux. Démolitions, voie retraitée, signalétiques et éléments de sécurité. Linéaire 4 000 ml.	175 000,00 €
Portion de la D118 aménagée en espace partagé, mode de déplacements doux et voie de circulation. voie retraitée, signalétiques et éléments de sécurité. 600 ml.	45 000,00 €
D118 : intégration de la voie avec techniques de génie végétal. 500 ml	40 000,00 €
Remontée mécanique équipée de largueurs VTT (équipement pour 100 perches, et adaptations départ / arrivée)	30 000,00 €
Pistes de ski : aménagées avec bike parc pour descentes VTT. Aménagements légers sur pistes ou sentiers (signalétiques et éléments de sécurité) 4 500 ml.	25 000,00 €
Voie "verte" et sentiers GR / aménagés pour déplacements doux FTT, VTT, rando, piétons et équestres. Aménagements de surface légers, signalétiques et éléments de sécurité. 3 900 ml.	100 000,00 €
Equipement Bike park (franchissement de la D18, pistes : la Brèze, Grand Prat Peyrot et Tindelless) 5 spots aménagés : modules bois, passerelles, signalétiques et éléments de sécurité. 800 m ² traité.	200 000,00 €
TOTAL H.T	615 000,00 €

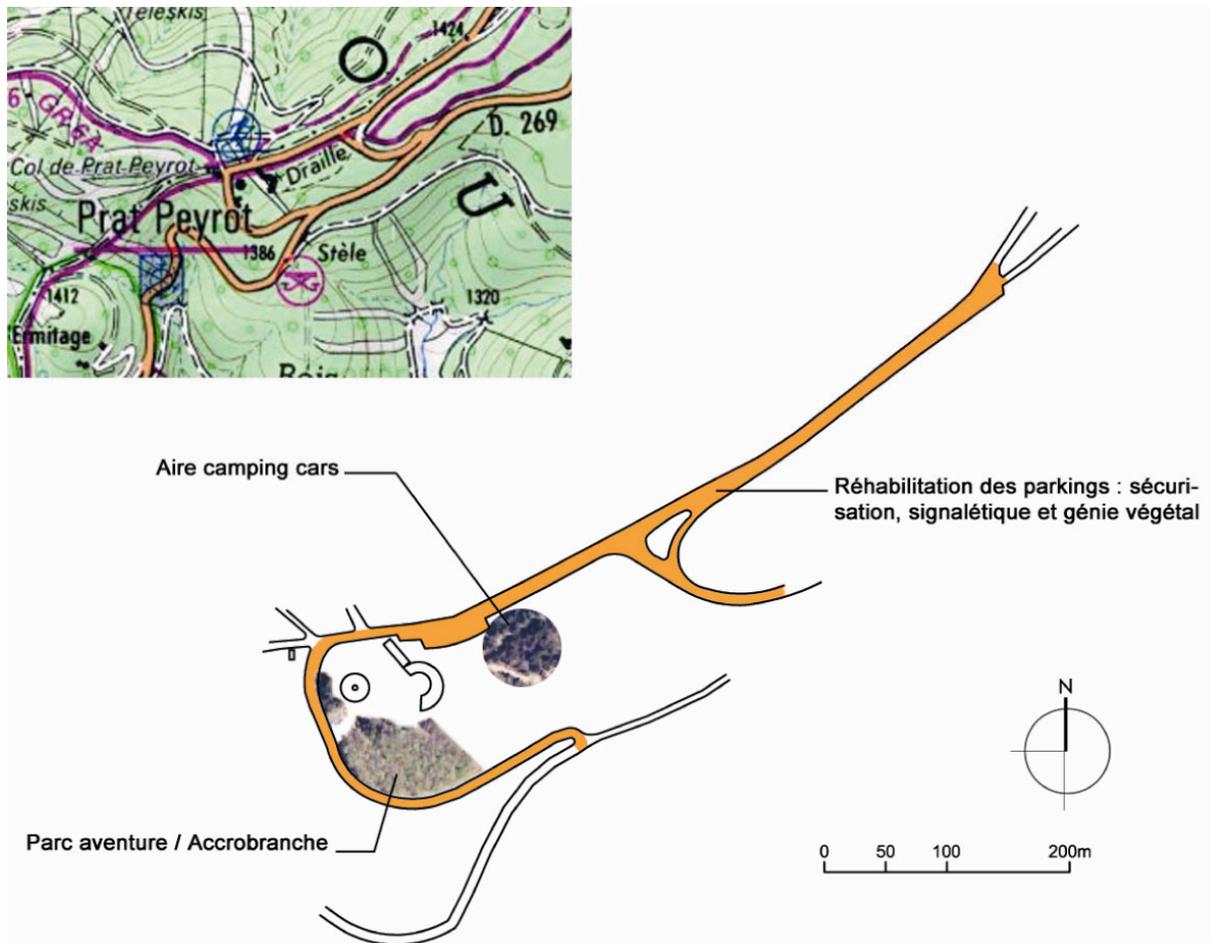
Linéaire aménagé : 13 500 ml

ESTIMATION :

BASE DE DEPART DES PARCOURS, ACTIVITES ET AIRE DE CAMPING CARS

L'estimation est complémentaire des diverses activités existantes, sans interférences, avec les projets en cours ou à venir.

Elle s'appuie sur la proposition de nouveaux concepts permettant des usages de découvertes et de pratiques de plein air, associés à la volonté de valoriser les potentialités du site.



Réaménagement des abords et limites des parkings : marquage, zone piétonne sécurisée, signalétique, génie végétal.	45 000,00 €
Parc aventure / accrobranche 8 000 m ² (extensible à 15 000 m ²)	90 000,00 €
Aire de camping cars : 6 places avec équipements et accès	35 000,00 €
Toilettes sèches (2 emplacements à définir)	15 000,00 €
TOTAL H.T	185 000,00 €

1.2.2 Le redéploiement 4 saisons de la station de Prat Peyrot

Le redéploiement de la station de Prat-Peyrot s'inscrit pleinement dans le projet d'Aigoual mythique. Il s'agit pour la station de s'intégrer dans le massif de l'Aigoual, c'est à dire : être relié par des itinéraires pédestres, équestres, VTT au sommet mais aussi au village de l'Espérou, valoriser sa position au pied du sommet de l'Aigoual par la signalétique et des objets scénographiques.

Ce redéploiement se fait sur les 4 saisons, afin d'élargir les saisons touristiques actuelles en se diversifiant, mais aussi en proposant des aménagements "autonomes", pour attirer les visiteurs de passage sur le territoire.

Axe stratégique n° :

Séquence :

Action : Redéploiement 4 saisons de la station de Prat Peyrot : usages et activités

Constats Synthèse du diagnostic du territoire	<p>Stade de neige : des pistes mais pas d'hébergements Séparé du village de l'Espérou et du sommet du Mt Aigoual</p> <p>Enneigement aléatoire : manque de neige parfois critique en pleine saison</p> <p>Stade de neige prisé des clientèles régionales : urbaines de Nîmes, Montpellier, Millau</p> <p>Fonctionnement uniquement en hiver avec les activités de glisse</p> <p>Pas d'équipement pour varier les glisses tels qu'une vraie piste de luge, snowpark, boardercross</p>
Objectifs	<p>Faire de Prat Peyrot – Mont Aigoual un site d'activité 4 saisons</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connecter Prat Peyrot au village de l'Espérou et au sommet de l'Aigoual • Accueillir différentes clientèles et activités sans conflit d'usage • Valoriser la position au cœur du parc national des Cévennes

Redéploiement de Prat Peyrot : principes

4 SAISONS : des espaces d'accueil et d'activités permanents



HIVER

"Glisse et découverte à l'Aigoual"

Clientèles régionales et touristes en séjour
Facettes : famille/sportifs/amis/gpes structurés

Activités hiver

Ski alpin : débutant, perfectionnement, ludique
Ski nordique : sportif, loisir, ludique
Luge : "sensations" et tout-petits
Raquettes
Promenade, pique-nique, sentier de découverte

ÉTÉ

"Activités et découverte à l'Aigoual"

Clientèles touristique (littoral), en séjour, locale
Facettes : famille/sportifs/amis/curieux

Activités été

Randonnée
VTT
Pique-nique, promenade, sentiers de découverte
> éco-musée ?

PRINTEMPS/AUTOMNE

"Découverte du Massif de l'Aigoual"

Clientèles locale et régionale, séjour diffus
Facettes : sportifs/spécialistes/curieux

Activités printemps-automne

Randonnée
Pique-nique, promenade, sentiers de découverte
> éco-musée ?

Cohérence des aménagements : en accord avec la gestion du Parc National des Cévennes
+ singularité des équipements : en lien avec le sommet mythique

Moyens à mettre en œuvre

Les aménagements permanents : mettre en scène pour animer Prat Peyrot

Les aménagements proposés ont vocation à être autonomes au maximum, pour que, en toute saison, "il y ait quelque chose à faire à Prat Peyrot"

- **Signalétique bienvenue** : par exemple bâches tendues format panoramique présentant le paysage et les activités
- **Aire de jeu** massive en bois ou bloc d'escalade devant les bâtiments snack et salle hors sac.
- **Aire de pique-nique thématisée**, pour accueillir :
 - Des groupes de marche, groupe autocar à l'ombre, réunions de familles : tables + de 15 places
 - Des familles : tables 6 personnes
 - Des amoureux : table de 2 personnes dans des alcôves paysagères

NB : certaines tables pourront être couvertes, les visiteurs pourront être au sec lorsque la salle hors-sac est fermée.

- **Chalet cheminée** : avec un foyer ouvert. C'est un pôle d'animation : le feu fait le spectacle, il sert aussi à se réchauffer et à cuire des grillades. Ce chalet peut être animé par les producteurs locaux, notamment au travers de Terres d'Aigoual.

Il peut être activé en toutes saisons.

- **Le sentier thématique** : à diviser de préférence en 2 parties :
 - Une boucle confort : accessible si possible aux personnes à mobilité réduite et aux poussettes, d'une durée de 30 mn > voir proposition Amphoux « Aigoual Mythique »
 - Une boucle liberté : qui rejoint, d'un côté, le sommet de l'Aigoual et de l'autre, le col de la Serreyrède > le sentier de la Dauphine « évolué » ?

Le sentier peut être parcouru en hiver : damé et piéton pour la partie confort, en raquette pour la partie liberté

Pour la thématique, il est recommandé d'associer les acteurs socioprofessionnels du territoire (PNC, ESF, Vélo club, Maison du bois, OT, accompagnateurs...) pour dégager un thème, ce sentier sera plus facilement appropriable par chacun.

Il est intéressant d'évoquer les sources de l'Hérault, repère géographique important.

Pour les supports d'interprétation : leur originalité est assurée si l'on fait vivre 4 expériences de découverte au visiteur :

- Le lieu : repère géographique et montrer pourquoi on est "nulle part ailleurs"
- Les 5 sens : sollicités par des aménagements simples comme des boîtes à son, des cadres paysagers
- La mémoire : des rapprochements sont faits avec des éléments du quotidien
- La connaissance : c'est le contenu "scientifique"

La collectivité doit assurer son entretien et l'office de tourisme son animation : nocturnes avec un garde du parc, chasse au trésor...

> voir les réflexions en cours au PNC sur la réfection de sentiers d'interprétation,

les détails prévus de mise en œuvre, peut-être leur enrichissement.



Aire de jeux Richter Spielgerate



Chalet cheminée - Col du Mollendruz (CH)



Sentier des planètes - Valberg (06)



Patinoire naturelle ->Ceillac (05)

Les aménagements pour les non-skieurs : animer Prat Peyrot l'hiver

- **Patinoire naturelle** : créée en hiver à partir d'une structure démontable. Il s'agit d'un cadre en bois, rempli d'eau et de neige qui gèle et permet de patiner pendant les mois les plus froids. La location des patins et le stockage du matériel d'entretien (surfaceuse) peut se faire dans les locaux existants.

Les aménagements de ski alpin : diversifier les pratiques

- **Parcours slope style "Aigoual Park"**, pour les glisses ludiques : composé idéalement de 2 espaces :
 - Boardercross : série de virage relevés avec quelques sauts
 - Snow park : modules pour les sauts pour le slide. Le mobilier peut être éco-conçu, en partenariat avec le PNC et la maison du bois. Ex de la démarche du snow-park, "The Stash", à Avoriaz

Coût Estimatif	Aménagements permanents		
	• Signalétique bienvenue :	panneau sur bâche et cadre bois ou acier	5 000 € HT
	• Aire de jeux :	structure bois ou bloc d'escalade	9 à 14 000 € HT
	• Aire de pique-nique :	1 table 15 places, 1 table 6 personnes, 2 tables 2 personnes	6 000 € HT
	• Chalet cheminée :	toile tendue avec structure bois + foyer	10 000 € HT
	• Sentier thématique :	étude + réalisation	80 000 € HT
	Aménagements pour les non-skieurs		
	• Patinoire naturelle :	structure + surfaceusee	15 000 € HT
	Aménagements de ski alpin		
	• Parcours slope style :	prix des modules	3 000 € HT
• Piste débutant :	mise en scène	4 000 € HT	
Les aménagements de ski de fond			
• Reprise de la piste de départ : Gilles ?			
• Cabanes Cévenoles :	3 cabanes en bois/pierre avec coût d'étude	30 000 € HT	
• Piste de ski de randonnée nordique			
Les pistes de luge			
• Piste + 6 ans et 3-6 ans :	mobilier et reprise paysagère	3 000 € HT	
Aménagement structurant pour l'été : coût indicatif			
• Accrobranche :	parc 4 saisons avec 5 parcours	400 000 € HT	
• Luge 4 saisons :	sur la base du projet chiffré par Théma en 2009	900 000 € HT	
L'accueil des campings cars			
• Bornes de services			
Priorité /calendrier	<ol style="list-style-type: none"> Dès la saison 2012/2013 pour l'ensemble des aménagements hiver et 4 saisons Dès 2014 pour l'aménagement structurant pour l'été Dès 2015/2016, pour les hébergements originaux 		
Responsable	Collectivité en partenariat avec les associations et le PNC		

1.2.3 Mettre en place la démarche de projet et la gestion partenariale du site

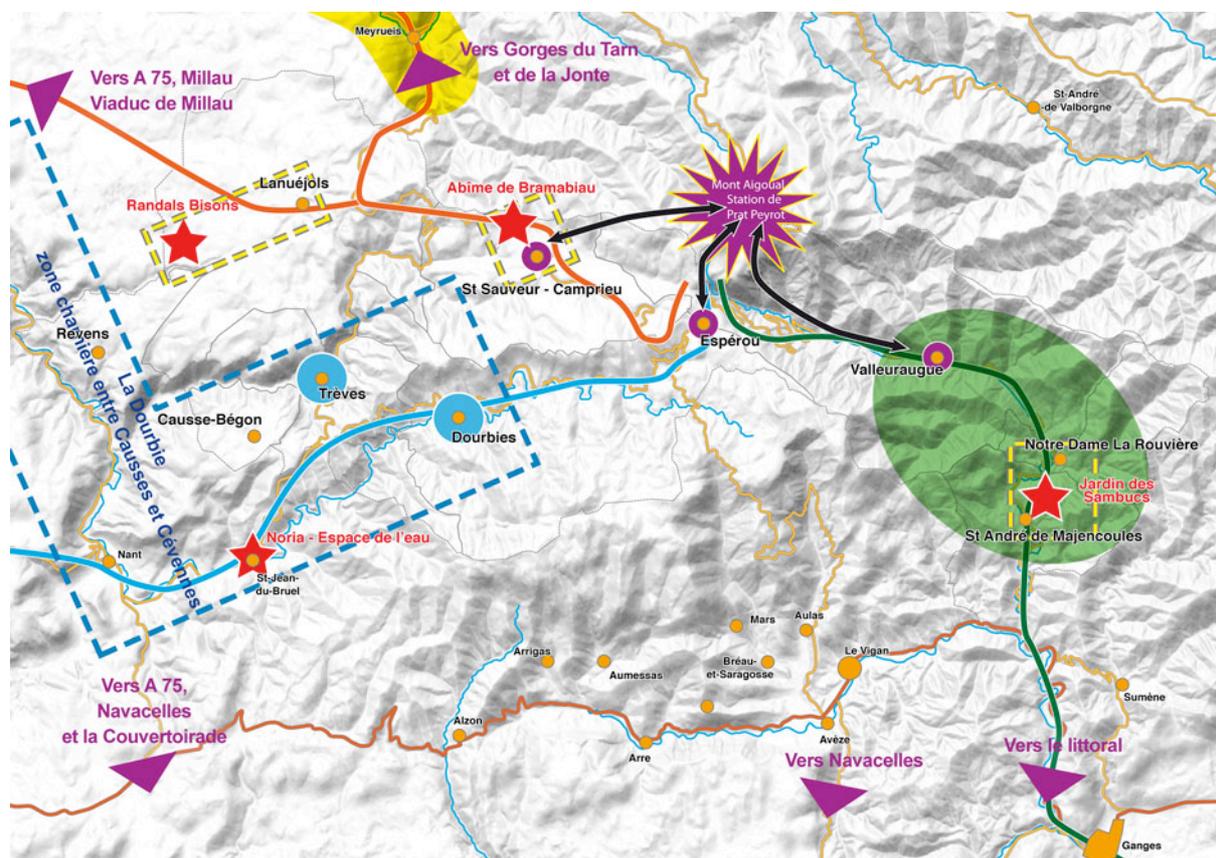
On pourra s'inspirer de la démarche Grand Site ... voir les orientations stratégiques 4

1.3 Irriguer le Massif à partir du sommet

Il convient d'orienter le « retour » - la poursuite de visite vers d'autres sites du territoire (problématique de signalétique et balisages) et de susciter des haltes sur l'itinéraire : accrocher les villages aux cheminements privilégiés, problématique d'espace public : offre de stationnement, embellissement, terrasse ensoleillée, point de départ PR.

a – Orienter le « retour » - la poursuite de visite vers d'autres sites du territoire > problématique de signalétique et balisages

b – Susciter des haltes sur l'itinéraire : accrocher les villages aux cheminements privilégiés, problématique d'espace public : offre de stationnement, embellissement, terrasse ensoleillée, point de départ PR



Irriguer l'ensemble du Massif à partir du sommet de l'Aigoual



Depuis le sommet de l'Aigoual :



vers les pôles d'hébergement > réflexion sur les déplacements à pied et à vélo

Renvoi vers :

 vers des sites «UNESCO» de notoriété équivalente à l'Aigoual
 vers des sites de grande notoriété du territoire (sélection fondée sur la fréquentation) accroche site attractif / coeur de village à développer


Territoires d'interprétation :

 Site remarquable du goût
 Opération Grand Site des Gorges de la Jonte la Dourbie, charnière entre Causse et Cévennes
 Village d'eau

Orientation Stratégique 2 : Développer le massif, territoire d'activités 4 saisons de nature, de vie, de découverte

Le Massif de l'Aigoual doit renforcer sa structuration territoriale déjà en place autour des loisirs et activités de nature et proposer une offre qualifiée et organisée en matière de sports et loisirs de nature ; Prat Peyrot pourrait évoluer et renforcer le rôle du sommet de l'Aigoual comme articulation/convergence du réseau d'itinéraires, ainsi que devenir une base de départ/arrivée sportive.

> la pratique de la randonnée est la base et le fondement du tourisme local (forte densité de chemins et GR), il convient de la conforter et de porter au même niveau de pratiques les autres activités itinérantes de plein air : le VTT/cyclotourisme, les pratiques équestres, la promenade en raquettes l'hiver ...

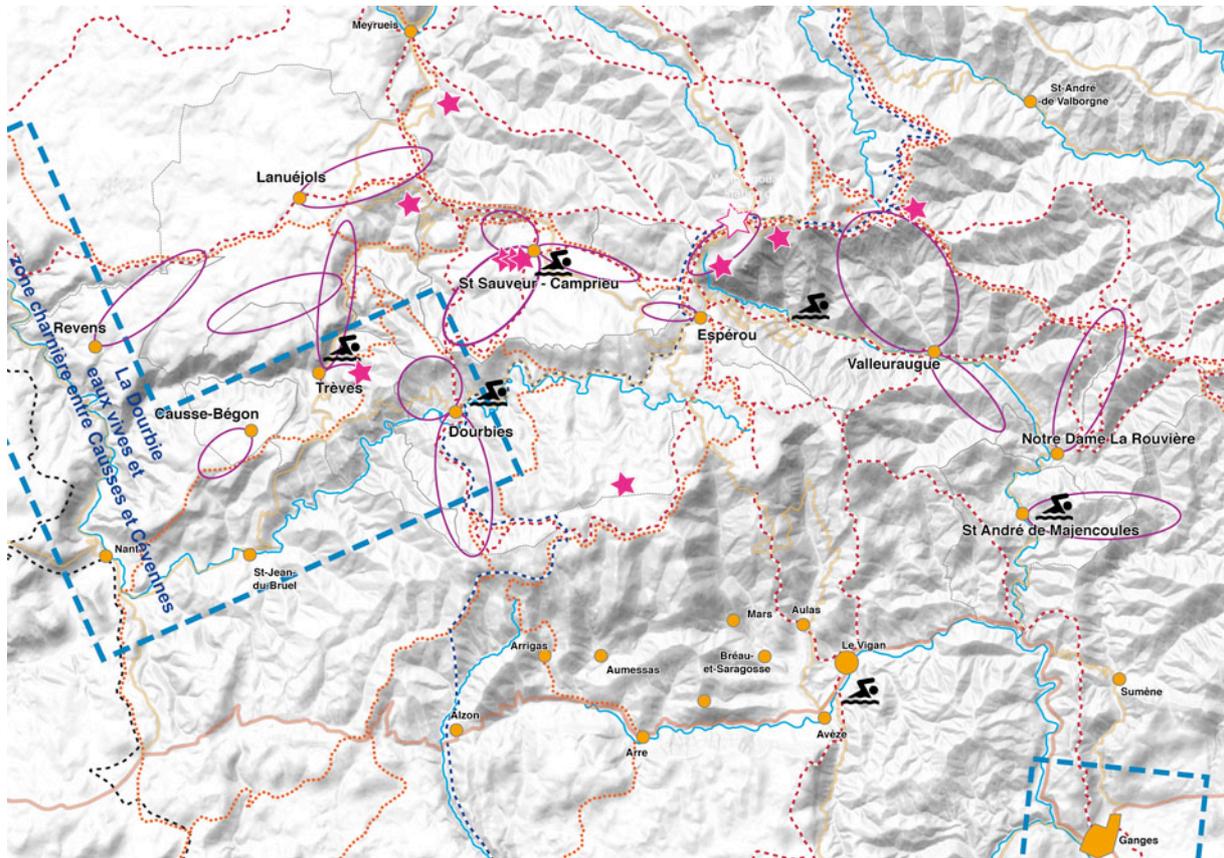
> l'objectif est d'organiser une offre d'activités sur les 4 saisons et de le faire savoir

> nous insistons sur l'importance d'ouvrir les lieux et itinéraires à l'usage des personnes en situation de handicap (cela recouvre les personnes à mobilité réduite mais aussi les personnes âgées, les familles avec poussettes, les personnes s'étant momentanément cassées la jambe et se déplaçant avec des béquilles ...)

C'est quoi développer les pôles d'activités 4 saisons ?

C'est étendre les périodes d'activité vers l'intersaison en allant chercher la clientèle de proximité vers le littoral notamment

2.1 Pratiques sportives – pratiques ludiques



Activités de pleine nature : un réseau d'itinéraires existant, dense et structuré

- | | | | |
|--|--|--|---|
| | base sports/loisirs de l'Aigoual > Prat Peyrot | | pratique sportive > événement phare |
| | sentiers d'interprétation | | randonnée / balade > 4000 marches + ensemble des GR |
| | boucles PR | | VTT / cyclotourisme > la Grande Traversée du Massif Central |
| | GR | | randonnée équestre > les 160 km de Florac |
| | baignade | | raquettes > ? |
| | zone coeur du PNC | | |
| | zone périphérique | | |

a - Réaliser un schéma directeur des activités de pleine nature

La finalité de ce schéma est d'améliorer l'offre existante et de garantir un accueil/une pratique sportive/ludique de qualité à tous les publics, depuis le sportif compétiteur jusqu'aux familles ou personnes en situation de handicap.

La spatialisation de ce schéma d'itinérances doit prévoir d'irriguer les villages et d'y positionner les points de départ ; chaque village est une entrée privilégiée du réseau.

La situation actuelle est présentée sur la carte ci-dessus ; le maillage d'itinéraires piétons (randonnée) est complet, il offre plusieurs niveaux de pratique, des thématiques d'approche différentes ; par contre les autres pratiques itinérantes (vtt/cyclotourisme, sports équestres, raquettes) n'offrent pas la même densité de maillage ni de diversité de niveaux de pratiques structurées. L'objet du schéma directeur est d'y remédier :

le schéma doit ré-interroger le réseau pédestre et porter au même niveau d'offre complète pour les autres pratiques itinérantes.

Enfin, il convient de mettre en évidence le tracé des drailles et de le signaler, l'objectif est de valoriser l'inscription du territoire dans les logiques de conservation/vivifier les traces et pratiques de l'agro-pastoralisme (label UNESCO).

L'élaboration de ce schéma sera également l'occasion de se reposer la question des points de départ (trouver à proximité terrasses de bar/restaurant ou épicerie > animation du village), même si ceux déjà en place sont satisfaisants.

L'élaboration de ce schéma doit être conduite en concertation avec l'ensemble des acteurs du territoire cela afin de mettre à plat d'éventuels conflits d'usages. Devront être associés associations et professionnels de : la randonnée, du vtt/cyclotourisme, des sports équestres, des sports motorisés ... la liste n'est pas exhaustive. Le périmètre de concertation peut/doit être élargi au voisinage du Massif, vers Meyrueis et Ganges.

Ce schéma doit intégrer également les activités aquatiques et les sites d'eau, se référer au point c.

b - Organiser l'itinérance sur le Massif et le relier à l'offre Cévennes

Proposer des tracés VTT tous niveaux

L'offre actuelle VTT est réservée aux initiés (difficulté des itinéraires, peu de balisage) et est confronté à la législation du Parc National des Cévennes. L'objectif de cette action est double :

- Réaliser les tracés, dans le cadre du schéma directeur des activités de pleine nature sur le Massif (voir le point précédent) et donc en harmonie avec les zones protégées par le Parc.
- Diversifier l'offre actuelle avec des espaces d'initiation et de perfectionnement, avec un bike park à Prat Peyrot et des tracés de différents niveaux
- L'obtention du label VTT FFC avec les éléments de cahier des charges suivant : 100 km de sentiers balisés et entretenus avec 4 niveaux de difficulté, un point d'accueil, un panoramique des circuits, des panneaux au départ des circuits, une carte d'itinéraires, un point de lavage et d'outillage.



c - Renforcer les activités aquatiques indispensables et les sites d'eau remarquables

Les points d'eau sont très prisés par les vacanciers et visiteurs en moyenne montagne, c'est souvent un argument décisif pour le choix de la destination. Le territoire de l'Aigoual n'est pas le mieux doté en sites d'eau naturels et artificiels, cependant il peut faire valoir des atouts valorisés par son positionnement "sommet mythique et concentré Cévenol"

Les sites de pêche

Faciliter l'accès aux sites, valoriser les points de vente sur la communauté de communes et créer un à plusieurs sites de pêche "débutant".

Les sites de baignade

Aménager l'accès aux sites naturels en bord de rivière et valoriser le plan d'eau du Morétou.

Les itinéraires de canoë-kayak

Proposer des sites d'initiation sur des points stratégiques du territoire, c'est à dire accessible et proche des villages pour organiser la location.

La mise en valeur des sources : Au travers des sentiers thématique, il est important d'évoquer ces cours d'eau symboliques - Le Bonheur - ou connu en France : L'Hérault.

2.2 Découvrir / comprendre / interpréter

La particularité de la communauté de communes du Massif de l'Aigoual est de dérouler, autour du sommet de l'Aigoual, un patrimoine naturel et bâti diffus : villages, hameaux, paysages, drailles, gorges, essences paysagères... Ce patrimoine est aujourd'hui reconnu comme remarquable par le label UNESCO.

Cependant, ces patrimoines UNESCO et les éléments remarquables du territoire sont loin d'être tous valorisés et mis en tourisme.

L'objectif est donc d'attirer de faire découvrir aux visiteurs du territoire sur l'ensemble du patrimoine, par des aménagements, autonomes ou non pour qu'il y ait "toujours quelque chose à découvrir sur le massif de l'Aigoual".

a - Un schéma global /des itinéraires d'interprétation

Si la montagne mythique doit devenir le point de convergence. Il n'en reste pas moins que l'ensemble du territoire est intimement lié à sa réussite.

La diversité des paysages, les traces de la qualité du savoir faire ancestral permettent d'identifier et de proposer une série d'actions en résonance avec le sommet.

Cette résonance doit être organisée dans un concept spécifique adapté et propre au massif de l'Aigoual.

Sur les accès principaux, le thème des portes d'entrées, peut s'organiser autour de lieux d'informations multimodales.

Le milieu forestier existant, les arboretums, les sentiers de découverte seront mis à niveau en accord avec les programmes d'aménagement de l'ONF / PNC...

Les vestiges industriels et miniers, les points spécifiques du territoire peuvent être aussi aménagés pour expliquer et traduire les richesses naturelles et culturelles que les visiteurs ont sous les yeux.

Il semble également nécessaire de remettre à niveau de hauts lieux touristiques, comme par exemple, la découverte de l'abîme de Bramabiau ou Randals Bisons, sans que cette liste soit exhaustive.

C'est une réflexion en cours au sein du PNC :

Le Massif de l'Aigoual témoigne à plusieurs titres de l'intervention de l'homme sur son milieu, en particulier de l'épopée du reboisement. La trajectoire historique du Massif (une reconstruction d'un écosystème, aujourd'hui réserve de biosphère) trouve un écho dans les problématiques contemporaines liées au développement durable et aux phénomènes climatiques ; l'interprétation globale du Massif sous cet angle valoriserait le territoire et pourrait fournir aux groupes (enfants/étudiants, classes vertes/blanches, clubs/associations ...) une approche pédagogique.

D'autres angles pourraient être celui de la mémoire et des traditions populaires, ou bien la mémoire des mines (de nombreux vestiges).

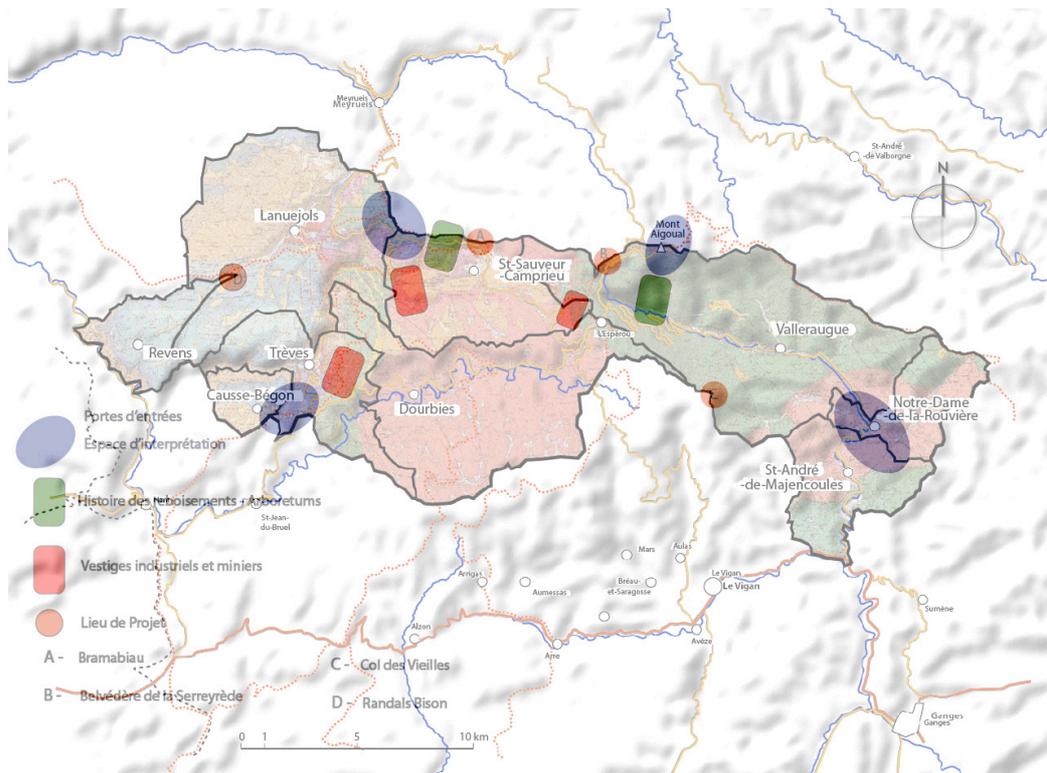
L'élaboration d'un schéma global d'interprétation (est-ce équivalent à un éco-musée du PNC ?) permettrait de replacer le territoire dans les dynamiques et questionnements contemporains (par exemple quel rôle pour les arboretum-laboratoire dans l'adaptation de la forêt au changement climatique, en développant sa résilience ?).

Aujourd'hui une réflexion sur l'interprétation du territoire, sur la création d'un éco-musée de l'Aigoual est en cours au PNC ; dans ce contexte une étudiante en Master « Valorisation et Médiation des Patrimoines » de l'Université Paul Valéry (Montpellier III) a développé lors de son travail de stage (mars-septembre 2011) une réflexion sur l'identité de l'Aigoual et l'expression des différentes facettes au travers de dix-sept sentiers d'interprétation. Cette étape de réflexion pourrait aboutir à la refonte des supports d'interprétation prochainement.

Le schéma d'interprétation de l'Aigoual englobe-t-il la refonte du Météo-site ? Est-il prévu un espace ou un ouvrage où serait exposé l'ensemble, la globalité de l'interprétation ?

Ce projet avance et semble pouvoir être opérationnel (signalétique des sentiers rafraîchie + rénovation du Météo-site + élaboration et fourniture de supports pédagogiques publics) à court terme (d'ici trois ans) ; on peut néanmoins s'interroger sur la programmation d'un éventuel musée d'interprétation globale de l'Aigoual.

Portes d'entrées, espaces d'interprétations



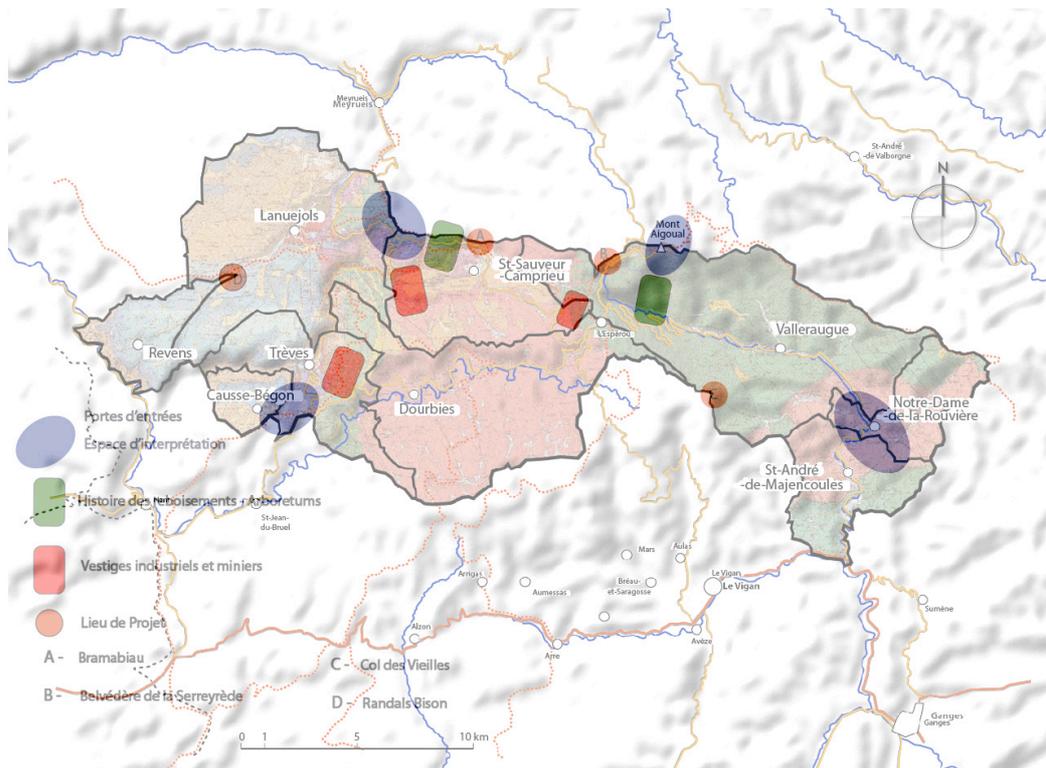
3 sites principaux peuvent être aménagés du fait de leur localisation, du paysage, de la géologie qu'ils représentent ou des activités humaines, le col du Causse-Bégon, le col de Montjardin, l'entrée de la vallée de l'Hérault et le sommet de l'Aigoual.

➤ **Estimation par site 40 000 €**

Images de référence :



Histoire du reboisement de l'Aigoual

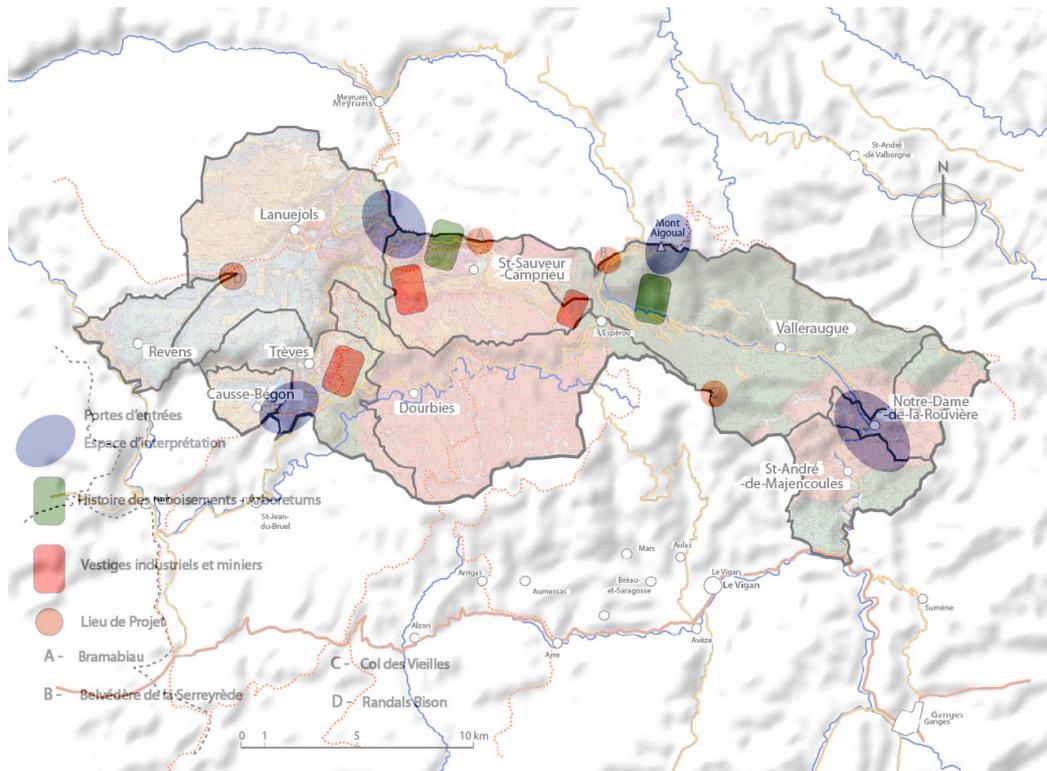


2 sites principaux sont retenus : l'arboretum de l'Hort de Dieu et l'arboretum de la Foux, ceux-ci en liaison avec la maison du bois de Camprieu et la multitude de sentiers aménagés existants. Signalétiques, espaces d'interprétation, aménagement des stationnements et des accès pour compléter les aménagements déjà réalisés.

> Estimation par site 25 000 €

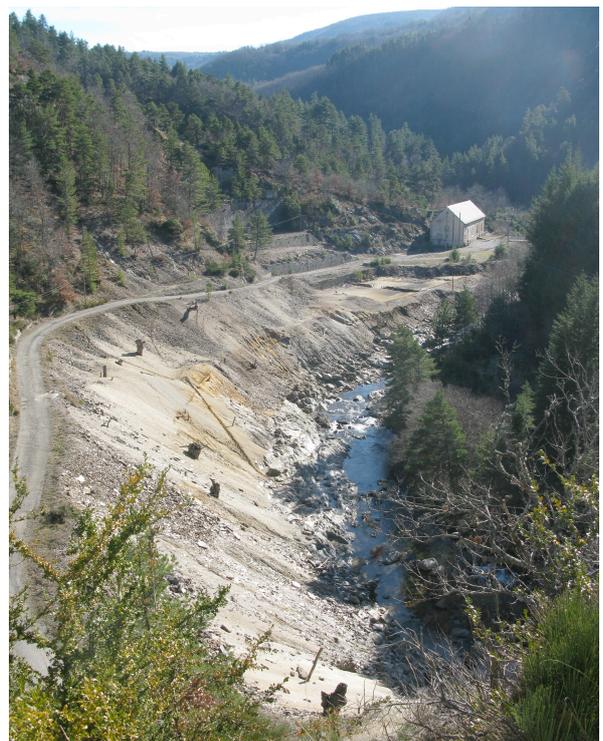


Vestiges industriels et miniers

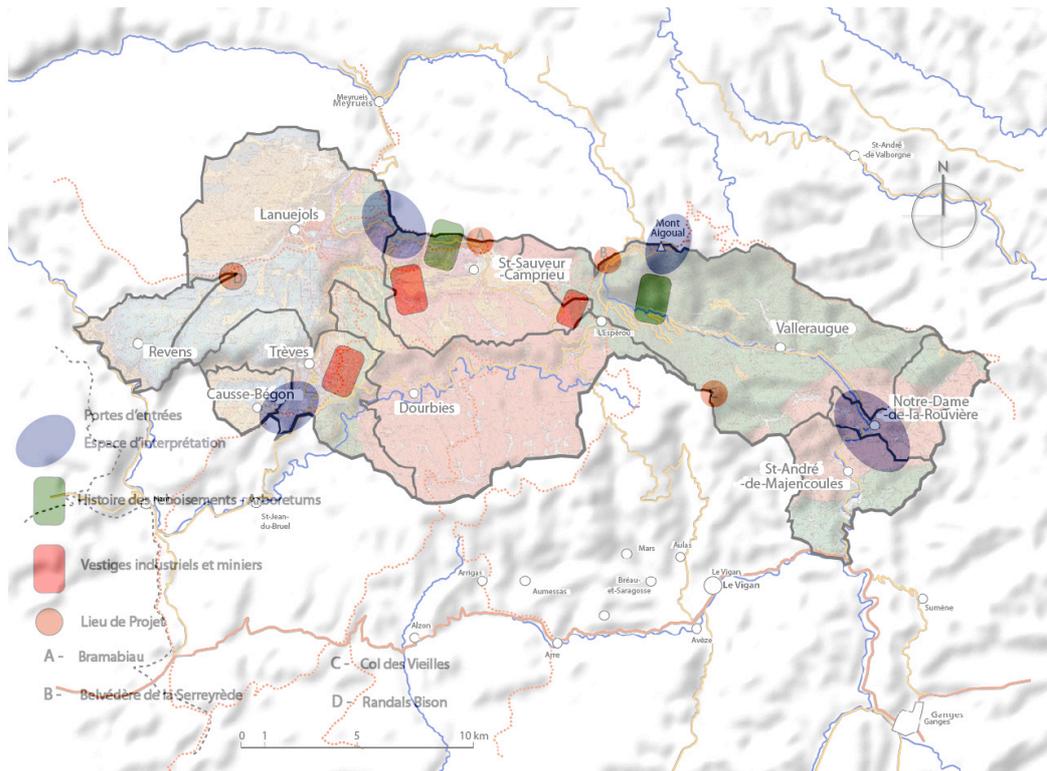


Les vestiges industriels et miniers sont nombreux dans le périmètre de l'étude. Peuvent être mis en avant toutes les traces liées à la sériciculture, à l'histoire des filatures, au passé minier de Villemagne, de Trèves, de la Serreyrède, de Lanuéjols et à la production électrique de la Mouline. Signalétiques et maquettes de site...

➤ **Estimation par site 7 500 €**



Lieux de projet

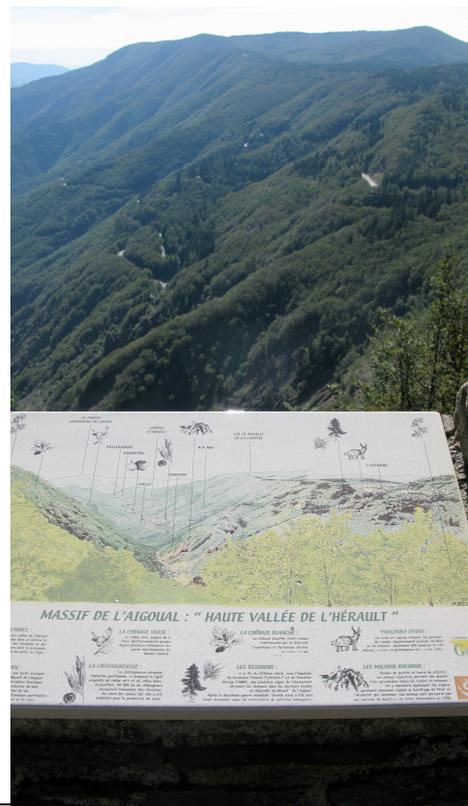
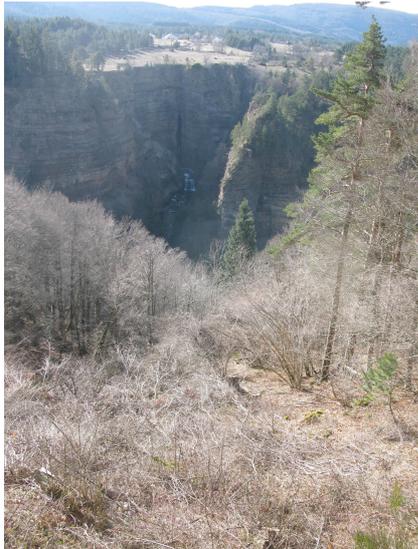


Certains sites sur les itinéraires de découverte sont aujourd'hui existants, aménagés en partie, ils méritent une valorisation du fait de leurs attractivités touristiques ou de la qualité des paysages observés.

4 lieux principaux sont identifiés : L'abîme de Bramabiau, le Belvédère de la Serreyrède, le col des Vieilles, Randals Bison.

> Estimation par site très variable.

Par exemple le site de Bramabiau offre un belvédère remarquable, mais les déplacements à partir des aires de stationnements se font sur la chaussée et peuvent être dangereux. La réalisation d'un belvédère en encorbellement au-delà du parapet en pierre offrirait un espace sécurisé.



Images de référence de BELVEDERES MYTHIQUES

Dachstein Sky Walk (Autriche)



Illawarra (Australie)



Château de Peyrepertuse (Aude)



Grand-canyon-skywalk



b - Valoriser et mettre en réseau les sites patrimoniaux et les villages

> Label village fleuri + village de caractère

Pour animer les villages, améliorer l'image, la qualité de vie et l'accueil

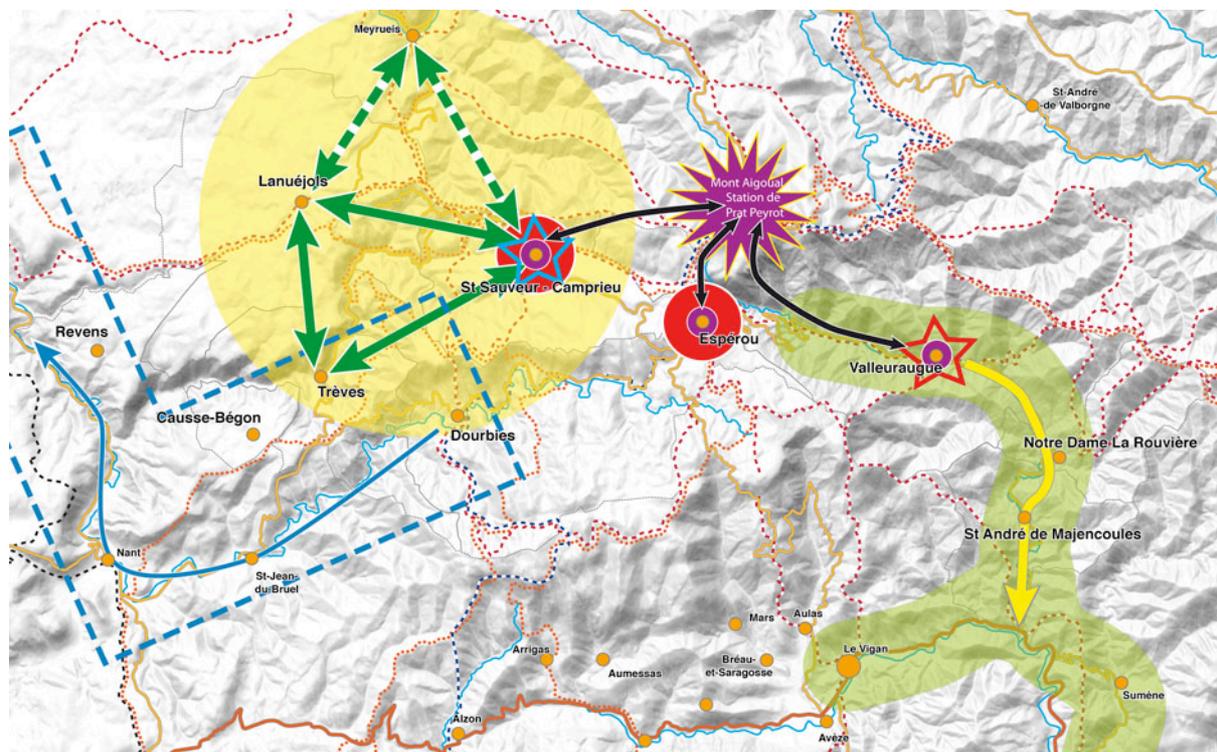
> Étudier un jeu de découverte de villages en villages

Pour relier les différents villages et encadrer la découverte. Ce jeu peut prendre la forme d'une chasse au trésor avec des supports d'interprétation autonomes dans chaque village, ou avec l'utilisation de smartphones.

Les commerçants peuvent participer au jeu en donnant des indices ou en offrant des réductions sur les produits locaux.

2.3 Vivre les Cévennes

La proposition est de renforcer la structure et le fonctionnement déjà en place afin de conserver les équipements et services de proximité nécessaires à la vie des habitants, ainsi que de compléter l'offre touristique dans les villages, notamment au niveau de l'animation : le manque d'espaces adaptés est criant sur Camprieu et l'Espérou.



Proposition de structuration du territoire : vie quotidienne - vie touristique



sommet - pôle de convergences et d'irrigation du Massif



pôle d'hébergements du Sommet



pôle de vie quotidienne
conserver son autonomie



bassin de vie «Vallée de l'Hérault»
modèle linéaire



village devant faire l'objet d'une analyse urbaine
> renforcer le coeur, restructurer le tissu



territoire structuré par la Dourbie, charnière
entre Causse et Cévennes alimenté par Millau



pôle touristique
conserver son attractivité



bassin de vie «Causse»
modèle multi-polaire

Conserver et renforcer la structure villageoise en place

Structure linéaire : la Vallée de l'Hérault

La Vallée de l'Hérault fonctionne bien malgré le glissement de services vers Ganges et le Vigan, l'accent doit être mis sur le « remplissage » du parc d'hébergements/résidences secondaires en lien avec le sommet.

Structure multipolaire : le Causse

Avec l'ensemble des villages, l'offre de proximité est assurée, les services médicaux et para-médicaux restant à conforter ; l'ensemble des acteurs locaux y travaillent. Camprieu est le pôle touristique du Causse et souffre d'une dispersion et d'un manque de lisibilité > où est le cœur du village ?

Cette commune doit engager une réflexion sur sa structuration, probablement en amont à la révision de son document d'urbanisme.

Aspects touristiques :

- renforcer les liens entre la base sportive du sommet et ses villages d'hébergement : accès/boucles sportives, peut-être mise en place de navettes lors d'événementiels, offre d'animation
- améliorer l'offre d'hébergements de façon prioritaire, en lien avec le cœur du village
- Camprieu et l'Espérou souffrent chacun d'une faiblesse de la structuration villageoise, en particulier le cœur n'est pas immédiatement lisible et fort et il n'y a pas de lieu rassembleur pour l'animation > une réflexion sur la structure villageoise, la mise en place d'un lieu propice à l'animation du village, la qualité et les usages des espaces publics devrait prendre place rapidement pour après démarrer une phase opérationnelle (probablement la construction ou le réaménagement d'une salle plus une intervention sur les espaces publics)

Lier le réseau de randonnée/VTT ... avec les cœurs de villages :

L'objectif est de nourrir les commerces locaux avec les flux de passage, même ténus, la qualité des espaces publics, de terrasses offertes participe à cela. L'ensemble des villages ont déjà agit dans ce sens ou sont en cours de réflexion (réfection des espaces publics de Lanuéjols, Dourbies – Village de caractère), c'est très positif. Il convient d'être vigilant car l'espace public a tendance à être encombré par divers éléments au fil du temps et à perdre ses qualités.

Les villages faisant partie de l'espace de la Dourbie, espace charnière entre Causse et

Cévennes :

Cet espace pourrait avoir un rôle spécifique au sein du périmètre de l'Unesco car il est une charnière entre les Cévennes et les Causse, de plus cette vallée a une renommée liée à la baignade. La valorisation de leur parc d'hébergements touristique pourrait plus s'appuyer sur la présence rafraichissante de l'eau, ainsi que sur l'itinérance > Dourbies est une étape de la Grande Traversée du Massif Central

L'ensemble des communes liées à la Dourbie doivent valoriser la proximité de la rivière et améliorer, si nécessaire, l'accessibilité des berges et d'éventuelles plages.

Une politique globale de protection paysagère :

L'attractivité des lieux repose sur la qualité de l'environnement, pour conserver cela il faut que chaque intervention, chaque aménagement soit en accord avec l'ensemble > des outils existent tels que des charges architecturales et paysagères et l'accompagnement par un architecte-conseil ou par le CAUE. Un soutien peut probablement être recherché auprès du Parc.

Orientation Stratégique 3 : Professionnaliser et caractériser l'offre touristique

Le Massif de l'Aigoual, c'est aujourd'hui un territoire prisé pour les loisirs de pleine nature, notamment par les urbains de Nîmes, Montpellier ou Millau. Cependant, les territoires supports de ces activités, en été, hiver, ou basse saison, sont nombreux dans le Sud Est de la France. Il est donc impératif de se distinguer.

C'est pourquoi le Massif de l'Aigoual doit s'appuyer sur les "pépites" de son territoire pour en faire une offre touristique qui le caractérise et offrir aux visiteurs journée comme aux touristes en séjour, des "expériences sensorielles mémorables". Cette valorisation de l'offre touristique se fait aussi bien par des actions qui impliquent de nombreux acteurs touristiques - la création de produits touristiques packagés par exemple - que par de simples gestes d'accueil. Cette valorisation pose la question des labels : certains sont incontournables, d'autres de bonnes opportunités pour porter le positionnement du territoire.

C'est quoi « professionnaliser » ?

C'est adapter l'offre touristique et de loisirs aux attentes des clientèles actuelles. Visiteurs journée comme séjournants sont en attente de confort, d'authenticité, de rupture avec leur vie quotidienne et d'expériences où leurs cinq sens sont sollicités. Les acteurs touristiques du Massif sont à même de proposer une offre à la hauteur de ces attentes. Cette professionnalisation passe par :

3.1 Mettre au goût du jour les hébergements

a - **Stimuler la réhabilitation ou la simple mise au goût du jour** par une assistance à porteur de projet
Il s'agit d'améliorer l'offre existante qui est vieillissante, de proposer des services simples et un niveau d'hébergement confortable.

Cette opération est aussi intéressante pour remettre en marché des résidences secondaires.
Voir le détail de l'opération dans la fiche-action page ...

b - **Développer les labels qualité Sud de France / Clévacances / Gîte de France + Logis de France**

Les clientèles touristiques actuelles sont de plus en plus attaché aux labels qualité pour leur hébergement. C'est souvent un argument de choix. De plus, ces labels sont un outil de communication important puisqu'ils améliorent le référencement et la visibilité sur Internet. L'objectif pour le territoire est d'être bien placé en termes de nombre d'hébergements labellisés pour être compétitif avec les autres territoire de moyenne montagne du Sud, mais aussi répondre aux attentes "standards" des clientèles hébergées sur le littoral, et donc d'exister à leurs yeux.

c - **Développer l'offre Gîte Panda et Retrouvance**

Ces deux labels touristiques permettent d'atteindre deux objectifs :

- Répondre aux attentes des touristes en matière de développement durable et de "naturalité". Tendance actuellement en marge de la consommation touristique mais qui se développe d'année en année. Il est donc important de proposer une offre labellisée.
- "Faire de l'image" pour le territoire. Les Cévennes, au travers du Parc National et désormais du label UNESCO ont choisi un développement touristique harmonieux et raisonné. Ces labels, en plus de la démarche du Parc – Cévennes Écotourisme – vient cautionner cette politique de développement.

d - **Soutenir les centres de vacances**

Sur le territoire de la communauté de communes, 5 villages vacances sont actuellement en tourisme. Ces structures sont importantes car elles permettent souvent à une clientèle modeste d'accéder à la moyenne montagne. Mais c'est aussi le moyen de faire découvrir le massif de l'Aigoual à des clientèles jeunes, pour le ski ou pour la nature, et donc d'assurer leur retour, dans le futur, en tant que clientèle adulte.

e **Étudier la nature des résidences secondaires pour une future remise en tourisme**



Appartement témoin, réhabilitation d'un meublé de 18m² dans le massif du Vercors

En lien avec l'action a sur la réhabilitation des hébergements. Cette démarche permet de connaître le nombre de lits sur la communauté de communes qui peut être réellement remis en marché dans les années qui viennent. Cette étude est aussi l'occasion pour la collectivité de connaître les aspirations des résidents secondaires quant au développement touristique et à leurs attentes en termes de services de proximité, d'animations

f - Améliorer l'offre des camping dans la vallée de l'Hérault

La vallée de l'Hérault sur le territoire est un des axes majeurs de passage. C'est pour capter cette clientèle itinérante qu'une offre d'hôtellerie de plein air avec les services attendus (label camping Qualité, services aux campings cars, piscine...) est souhaitable. Cette amélioration de l'offre peut aussi passer par de nouveaux hébergements légers sur le territoire.



HLL Carré d'étoile

g - Accueillir les camping-car avec des structures adaptées

Pour capter, retenir et fidéliser une clientèle itinérante en camping car, déjà présente sur le territoire.

Voir la fiche action en page ...

3.2 Repenser/Valoriser une gastronomie de l'Aigoual au fil des saisons

Le Massif de l'Aigoual revendique aujourd'hui de nombreux produits du terroir : *oignon doux des Cévennes, Pélardon, châtaignes, miel des Cévennes, cèpes, pommes, truites, roquefort, agneau...*

Le passage à la boutique Terres d'Aigoual au col de la Serreyrède montre que les clientèles touristiques et surtout de passage ont un réel intérêt pour ces produits et souhaitent "goûter le territoire" pour se créer un souvenir.

L'objectif pour les prochaines années est de mieux valoriser l'ensemble de ces produits au travers de plats et de menus marqués "Aigoual" mais aussi de valoriser les lieux dans lesquels on les déguste.

Avec de nombreux producteurs locaux, des produits emblématiques et de qualité, des sites de production directement accessibles aux visiteurs, le Massif de l'Aigoual peut créer et revendiquer une gastronomie ancrée dans son terroir et surtout Site remarquable du goût.

L'ensemble des productions peut bénéficier de l'effet levier de la démarche Site Remarquable du goût.



a Repenser la gastronomie de l'Aigoual au fil des saisons

Le développement de gastronomie de l'Aigoual se déroule autour de démarche structurante, mais aussi d'actions simples.

Démarche structurante : La collectivité, en partenariat avec le Parc National des Cévennes et la chambre de commerce – Démarche Militants du goût - peut animer les différentes étapes de la création de menus de l'Aigoual, avec l'aide d'un chef cuisinier.

Pourront être proposés différents menus selon les thèmes du Massif (*Cévenols d'hier et d'aujourd'hui, terres de contrastes par exemple*) ou selon les saisons.

C'est aussi l'occasion de décliner en formule snack pour les sites avec beaucoup de passage, notamment Prat Peyrot et le sommet de l'Aigoual.

Ces plats peuvent aussi faire l'objet de mise en scène lors d'animation, par exemple à Pra Peyrot autour du chalet cheminée, ou lors d'événements, avec des dégustations lors de la transhumance ou de la montée des 4000 Marches.

Chaque restaurateur peut s'engager à proposer un minimum de produits de saison dans ses menus, et à les faire varier en fonction des saisons.

Indiquer la provenance de produits permet de créer une étape gourmande à la découverte des fermes.



b Les produits locaux et les points de vente

Pour les fermes et exploitations, l'objectif est d'obtenir le label Bienvenue à la ferme pour être visible par les clientèles. C'est aussi une démarche importante pour la valorisation du territoire puisque l'exploitant s'engage dans la charte à une prestation d'accueil, mais aussi de découverte du patrimoine local et du "cadre", le terroir.



Pour les points de vente : la démarche, qui concerne aussi les restaurateurs Militants du Goût assure un niveau de qualité.

Une démarche intéressante, qui pourrait être réalisé en partenariat avec Parc National des Cévennes, est la création de corners "Aigoual" : des objets scénographiques avec de l'information touristique, une carte du Massif, et l'essentiel des produits touristiques.

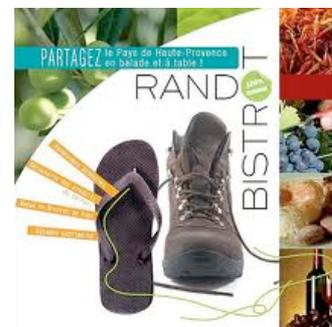
La boutique Terres d'Aigoual gagne aussi à se développer pour être ambassadeur du goût sur le territoire : vente par Internet avec des événementiels, notamment à Noël ; animations en partenariat avec Pra Peyrot (utilisation du chalet cheminée ...), dégustation au col de La Serreyrède les week-end d'été...

NB : Les produits dérivés Aigoual – T-shirts, souvenirs... - peuvent eux aussi rentrer à moyen terme dans une démarche de qualité et de valorisation de la filière locale et de l'artisanat. Il est intéressant de se rapprocher de la chambre de commerce pour un partenariat sur le long terme et une durabilité des produits.
Une partie des recettes de ces produits pouvant être reversés à des associations – Maison du Bois, ...-ou à l'observatoire.

c Valoriser les cafés et bistrot comme lieux d'accueil et de mieux-être

La démarche Bistrot et Café de Pays est intéressante, elle valorise les café et bistrot dans les petits villages, sa qualité d'accueil et les produits locaux. C'est aussi un atout pour l'animation du village, du fait de l'ouverture à l'année.

Cette démarche peut-être associé aux accompagnateurs locaux, au travers des Rando-bistrot.



*Circuits Rando Bistrot
Randonnée accompagnée et menus
singulier dans un bistrot de pays*

La mise en scène des restaurants/café : il s'agit de caractériser l'établissement au travers d'agencement et de décoration.

Ce sont par exemple les sets de table, dont la création est animée par la communauté de communes.

Cette valorisation des établissements peut aussi faire partie de l'action "réhabilitation des hébergements", où l'assistance à porteur de projet peut aussi porter sur les restaurants.



Set de table – office de tourisme de Blaye (Gironde)

3.3 Créer des produits touristiques

Les produits touristiques répondent à un double objectif :

- C'est une vraie attentes des clientèles touristiques. À savoir un produit tout compris, mais qui peut aussi se composer à la carte. Une fois acheté, le client "ne pense plus à rien".
- C'est un produit d'appel, vecteur d'image pour le territoire car le thème du produit est en lien avec ce qui est le plus remarquable sur le territoire, avec le positionnement "Sommet Mythique et concentré Cévenol".

L'objectif pour le Massif de l'Aigoual, et de proposer des produits touristiques avec au minimum hébergement, activités et restauration. Les produits seront en lien avec le positionnement défini par les acteurs touristiques : la phrase vocation est un véritable cahier des charges :

- *Comment fait on vivre au client l'expérience Aigoual-Sommet Mythique ?*
- *Le client peut-il rencontrer des producteurs locaux ou habitants ?*
- *Est ce que les prestations proposées font l'objet d'une démarche qualité ?*
- *Le client expérimente t'il une expérience sensorielle mémorable propre au territoire ?*
- *Le client va t'il découvrir le territoire au travers d'un sentier thématique ? d'une route ?*
- *Pourra t'il goûter les produits de terroir ?*
- *Quels sites naturels pourra t'il visiter ?*
- *Ce produit est-il décliné selon la saison ?*
- *Le client pourra t'il visiter le Parc National des Cévennes ?*

Il est important de bien identifier les acteurs en charge des différentes phases de la mise en tourisme du produit :

- Le choix des thèmes et des clientèles cibles
- L'animation des prestataires
- Les conventions
- La commercialisation par centrale de réservation / Internet

C'est pourquoi la création de produits pourra s'appuyer sur plusieurs organismes compétents : la chambre de commerce notamment au travers de Cévennes tourisme, l'office de tourisme Causse Aigoual Cévennes, le CDT du Gard, le Pays et le Parc des Cévennes.

De même, la création de produits et la pérennité de sa commercialisation implique la montée en qualité des hébergements, en particulier au travers d'obtention de label.

a Les packages ski Prat Peyrot : pour différentes clientèles week-end mais aussi semaine

À destination des étudiants de l'agglomération de Montpellier : petit prix / activités dynamiques et animations

Court séjour avec :

- Transport en bus. Le département de l'Hérault peut-être partenaire.
- 2 nuits en meublé Clévacances ou en gîte de France
- Forfaits 3 jours pour Pra Peyrot avec un snack/produits du terroir offert
- Une animation gratuite à Pra Peyrot: *contest, au snow park, goûter Cévenol...*
- Une animation gratuite à l'Espérou : *snakegliss,...*

À destination des groupes d'amis sportifs (majeurs) :

Court séjour avec :

- 2 nuits en gîte de France
- 1 repas Cévenol
- Forfait 2 jours Pra Peyrot
- Ski de randonnée nordique à l'Aigoual au départ de Prat Peyrot avec accompagnateur
- Animation gratuite à L'Espérou : *snakegliss*

Les produits Prat-Peyrot sont aussi à monter en direction des familles et pour le regroupement familial.

b Les séjours à thème

L'objectif est de décliner à terme une gamme de produits à l'année avec des produits très symboliques du positionnement "Sommet Mythique et concentré Cévenol" : Par exemple :

Pour l'été

"Le tour de l'Aigoual" : randonnée itinérante de 4 jours avec nuitée en gîte d'étape et refuge

Pour l'automne et le printemps

"L'Aigoual gourmand" : 3 nuits en hôtel 2*, dégustation privée, visite exploitation, oignon doux

Pour l'hiver

"Aigoual Mythique et sauvage" : 3 jours de raquettes avec une nuit à l'observatoire et 2 nuits gîte Panda

D'autres séjours thématiques sont à imaginer et à tester : *randonnée gourmande entre Causses et Méditerranée, mobilité douce entre Aigoual et Cévennes avec location de voitures électrique.*



*Exemple pour le futur : Alpmobil
Court séjour dans l'Oberland Bernois
(Suisse) avec nuit à l'hôtel, repas et
location de voiture élect.*

c Les produits randonnée et itinérance

Création puis commercialisation par des tour opérateurs spécialisés pour valoriser le massif de l'Aigoual comme un grand territoire d'itinérance (fin de la Grande traversée du Massif Central, poursuite du GR 70, chemin du Bonheur...).

La valorisation de l'itinérance implique la réhabilitation ou la construction d'un vrai refuge à proximité de l'Aigoual.

De plus, certains produits randonnée peuvent-être proposé sur du temps plus court, comme la montée à l'Aigoual pour le lever du soleil par exemple (voir le produit proposé par l'office de tourisme de Nendaz, en Suisse).

d Tester un produit découverte du massif avec minibus + repas

Pour les séjournants sur le Massif ou à proximité, en été.

3.4 L'accueil :

La qualité de l'accueil est un point majeur du diagnostic prospectif et aujourd'hui un frein au développement touristique. La première action de l'amélioration de l'accueil porte sur la réhabilitation paysagère des villages et des routes, ainsi que la signalétique : c'est l'accueil "permanent" et l'image du territoire.

La seconde action traite de l'accueil par les acteurs du tourisme local et les représentants du territoire. L'objectif est que les locaux s'approprient mieux leur territoire et soient impliqués dans la démarche de diffusion du positionnement.

a Proposer un planning de formations à destination des socioprofessionnels

Les actions de formation ont pour but de :

- **Connaître ses clientèles**
 - Formation clientèles : souvent délivré par les chambres de commerce ou CDT
- **Diffuser le positionnement sur le territoire :**
 - Réunion publique de présentation du positionnement par l'office de tourisme
 - Animation : jeu concours, soirée festive...
- **Connaître l'offre du territoire :**
 - Lancement de saison par l'office de tourisme
 - Éductours : les sociopros visitent ensemble, en minibus, le territoire et les établissements de chacun. La visite est animée par un animateur extérieur et tous les points de l'accueil sont évalués
- **Mettre en œuvre le positionnement au travers d'aménagements et gestes d'accueil**
 - Formation pour la création et l'animation des outils de communication : *community management* (Facebook, Twitter, Flick'R...), *dossier de presse*...
 - Formation aménagements des espaces d'accueil et des abords, notamment pour les hébergeurs, restaurants, fermes et points de vente produits locaux
 - Formation conseil en séjour
 - Formation gestes d'accueil : définition de gestes d'accueil sur tout le Massif et déclinaison par métiers
 - + assistance à porteur de projets, voir action sur l'hébergement



Programme d'educateur en Haute Maurienne Vanoise (73)

b Formaliser l'implication des Cévenols du "Pays de l'Aigoual" : les habitants

C'est la sensibilisation des locaux, les meilleurs ambassadeurs du massif de l'Aigoual auprès de leurs connaissances et dans leurs voyages. La formation des locaux passe par :

- Les outils de sensibilisation
 - Réunion publique de présentation des actions touristiques du Massif/ positionnement
 - Parutions touristiques dans les journaux communaux et de la communauté de communes
 - Animations réservées aux habitants comme un jeu inter-villages
- La valorisation des associations :
 - La création d'une maison des associations avec locaux
 - Les avantages : par exemple une carte de réduction dans des commerces du massif



Programme ambassadeur – Pays d'Aubagne (13)

3.5 La promotion et la communication

L'objectif de la communication et de la promotion est de diffuser une image voulue et forte du Massif de l'Aigoual et de valoriser le positionnement auprès des clientèles régionales mais aussi sur des niches porteuses pour le développement du Massif.

Communication et promotion passent par différents outils qui seront programmés dans les années à venir.

La question de la gouvernance est aussi posée : la collectivité ne peut actuellement porter seul les actions mais doit s'appuyer sur ses partenaires (CCI, CDT, Pays, CRT) qui ont les compétences communication.

a Créer une charte graphique Massif de l'Aigoual

C'est définir l'ensemble des signes et images qui seront utilisés dans les documents de communication, mais aussi la signalétique.

L'ensemble des signes pourra être aussi utilisé par les socioprofessionnels pour leur propre communication.

b Créer une banque d'image selon un cahier des charges

Pour représenter les facettes du territoire et surtout le sommet de l'Aigoual qui sont aujourd'hui trop peu présentes sur Internet, dans les brochures ou même les cartes postales. La création de la banque d'image passera par :

- Des concours photos, pour les habitants mais aussi pour les vacanciers
- Des photos professionnelles, il serait intéressant d'avoir des clichés pris d'un ULM pour vraiment comprendre la dimension Sommet – Causses – Forêts – vallées – perspectives sur la Méditerranée
- Les clichés à faire réaliser par des professionnels

c Revoir le site Internet Causses Aigoual Cévennes

Il s'agit d'une refonte du site pour le rendre plus actuel et plus dynamique. Avec notamment :

- Des images du Massif avec des fonds d'écran
- Des pages dédiées à des niches de clientèles : cyclotourisme, randonneurs, camping-car, motards



d L'utilisation des réseaux sociaux et application smartphones

Leur utilisation pour s'informer, découvrir une destination touristique ou un site de loisirs va croissant.

Les réseaux sociaux sont donc incontournables pour exister sur Internet et être réactif : Facebook et Twitter sont aujourd'hui les plateformes les plus utilisées. Mais dans les prochaines années, de nouveaux outils vont prendre de la place et voir le jour (Flick'R et Dailymotion se développent fortement par exemple, Foursquare ou Google Places sont émergents et vont certainement modifier les usages dans quelques années).

Cependant, l'animation de ces sites requiert du personnel présent au quotidien, car l'intérêt, c'est la réactivité de la destination : cela pose la question de l'organisme en charge de sa gestion.



L'utilisation des applications pour Smartphones est aussi intéressante car très souple. Une application peut-être créée pour le Massif, pas seulement comme réplique du site de l'office de tourisme mais sous forme de jeu (voir Perpignan et "l'anneau cosmique") ou de découverte en réalité augmentée (voir l'office de tourisme de Locminé et son programme "À la recherche de l'empreinte perdue"). Le Massif de l'Aigoual peut se distinguer au travers de vidéos.

e Éditer des ouvrages sur le Massif

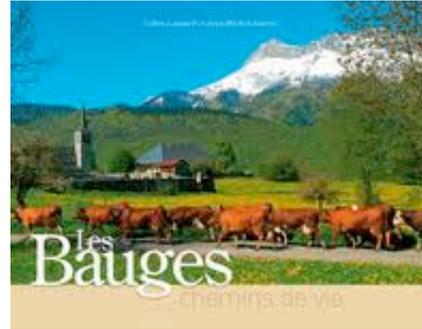
Ce sont des objets souvenirs qui peuvent être achetés par les visiteurs qui ont envie d'aller "plus loin" mais aussi par des locaux qui souhaitent se réapproprier leur patrimoine.

De même, les collectivités et les socioprofessionnels peuvent s'appuyer dessus pour leur animation en l'utilisant comme document ressources. Par exemple une promenade théâtralisée autour des mythes et légendes de l'Aigoual.

Ces ouvrages peuvent-être disponibles dans les médiathèques et bibliothèques de la région et constituer un outil de promotion durable.

Quelques thèmes ont émergés :

- L'Atlas de la mémoire des Cévenols d'hier et d'aujourd'hui : des Camisards aux producteurs d'oignon doux...
- Les mythes et légendes locale : Bramabiau "le bœuf qui beugle", l'Hort de Dieu, les 4000 Marches



f La présence dans les commerces de nature locaux

Pour être présent au quotidien, ou pour des évènements, auprès des clientèles sport/nature (VTT, trail, randonnée...) des grandes agglomérations.

Au travers d'offres commerciales, par exemple, pour une paire de chaussures achetées dans un magasin de trail. l'office de tourisme peut offrir un forfait pour Prat-Peyrot ou une inscription gratuite au trail des hospitaliers.

g Jumelage avec une autre montagne mythique

Pour créer des liens (échange entre club de ski, VTT, écoles,...) échanger des expériences de développement et des clientèles. Ce partenariat peut-être judicieux avec une collectivité du Nord du Massif central (départ de la GTMC) et à plus long terme, en Espagne, pour développer cette clientèle.

h Les évènements comme vitrine du territoire

Le Massif de l'Aigoual organise déjà des évènements reconnus à l'échelle régionale, leur force est de s'ancrer sur les caractéristiques du territoire (pente raide pour les coureurs ou grand plateaux pour les chevaux).

Ces évènements sont à renforcer dans les années à venir, en impliquant plus largement l'offre touristique locale, c'est à dire les producteurs avec des dégustations, les restaurateurs avec des plats spéciaux, l'office du tourisme en poposant des activités ludiques pour les accompagnants.

Le partenariat avec le Parc National des Cévennes peut amener à la tenue éco-environnementale des évènements (voir le site www.evenementresponsable.org)

Il semble opportun de ne pas multiplier les évènements mais de capitaliser sur des temps forts.

De même, le label UNESCO doit maintenant pleinement intégrer les évènements. Un évènement propre à l'UNESCO serait plus pertinent à l'échelle des Cévennes – territoire labellisé.

Enfin, le territoire peut renforcer son image en étant présent sur de grands rendez-vous régionaux. C'est le cas actuellement avec la comédie des Cévennes à Montpellier. D'autres évènements comme les Vibram natural Games (équivalent des X Games pour les sports de pleine nature) à Millau, peuvent être très porteurs et très légers en termes d'investissement.



Orientation Stratégique 4 : Organiser la réflexion et réalisation des différents axes du Schéma" ?

Il s'agit de s'organiser pour porter l'ensemble des projets et organiser leur réalisation, voire pour prendre en compte les avis des acteurs locaux (concertation).

4.1 Conduire la restauration du sommet – Aigoual Mythique

La restauration du sommet est une démarche équivalente à celle qui prévaut à une Opération Grand Site, c'est à dire mettre en valeur et réorganiser la gestion des déplacements. Le processus de labellisation « Grand Site » existe depuis une vingtaine d'années et l'on peut donc tirer profit de l'expérience et des savoir-faire méthodologiques pour le site de l'Aigoual.

Dans un premier temps être clair sur l'objet du projet, son périmètre :

Le projet « Retrouver l'Aigoual Mythique » a trois objectifs :

- Restaurer et protéger activement la qualité paysagère, naturelle et culturelle du **site** ;
- Améliorer la qualité de la **visite** (accueil, stationnements, circuits, information, animations) dans le respect du site ;
- Favoriser le développement socio-économique local dans le respect des **habitants** (le renforcement de Prat Peyrot comme base sportive 4 saisons et la mise en place d'une nouvelle stratégie d'irrigation du territoire pour les visiteurs à partir de l'Observatoire

Le projet s'inscrit dans une perspective de développement durable.

Le périmètre du projet recouvre le sommet et désigne donc les acteurs concernés

Les acteurs concernés sont multiples

CdC + PNC + commune de Valleraugue + organe qui gère la station « Prat Peyrot » + météo-site/MEEDAT + ONF + ... voir du côté de la Lozère car une partie des actuels stationnements de l'Observatoire sont sur la commune de Bassurel, en Lozère.

La multiplicité des acteurs impose une réflexion sur le mode de gouvernance possible :

Un organe de coordination du projet et de gestion du site du sommet de l'Aigoual, peut-être un syndicat mixte ou la structure intercommunale, doit associer les diverses collectivités (communes, département, région) impliquées dans la gestion pérenne du site.

Cet organe doit avoir a minima une compétence d'études et si possible (cela semble même indispensable) une compétence de maîtrise d'ouvrage pour tout ou partie des actions à mettre en oeuvre, y compris des aménagements.

Pour « l'Aigoual – Montagne Mythique » la coordination pourrait comprendre l'ensemble ou partie des structures qui pilotent l'étude de prospective touristique.

L'organisation de la gestion partenariale est le point-clé du mode de gouvernance.

La gestion partenariale devra œuvrer dans plusieurs directions :

par l'Unesco, Vers les « institutionnels » : avec les DDT 30 et 48, les CG 30 et 48, l'organe garant de la labellisation

concertation Vers les professionnels du Massif > information/sensibilisation au projet et ses bénéfices attendus /

Vers les habitants > information/sensibilisation au projet et ses bénéfices attendus / concertation

4.2 Animer les acteurs de l'offre touristique

La finalité est de mettre en œuvre l'ensemble des préconisations de l'axe 3, préconisations qui œuvrent à l'amélioration globale de l'offre touristique (aspects qualitatifs, cf les démarches qualités des entreprises vendant des objets) sur l'ensemble du territoire du Massif de l'Aigoual.

les acteurs concernés sont l'ensemble des entreprises offrant des services touristiques et notamment hébergeurs, restaurateurs, prestataires de services ...

L'office du tourisme a un rôle essentiel d'animation, conseil ... envers l'ensemble des acteurs ; il sera peut-être nécessaire de renforcer ses troupes soit en nombre soit en qualité par le biais de formations continues ; certaines mesures de l'axe 3 peuvent demander un appui extérieur.

4.3 Fédérer les acteurs de l'offre de pleine nature

La mise en place d'un Schéma des activités de pleine nature à l'échelle du Massif restera lettre morte s'il n'y a pas un organe pour animer le plein usage des outils déjà en place ou à créer, cet organe pourrait être un comité d'organisation des activités de pleine nature doublé d'un bureau des guides destiné plutôt à la commercialisation de produits/prestations.

Le comité d'organisation des activités de pleine nature

Les finalités de ce comité :

- créer un espace de dialogue, avec des règles transparentes de prise de parole et prise de décision pour l'ensemble des usagers du Massif (l'objectif est que chacun ait le sentiment d'être pris en compte)
- + mettre au point des produits touristiques complets (ces produits doivent comprendre une part pour l'entretien des espaces : renouveler le mobilier de pique-nique, améliorer des barrières sur certains GR)
- + élaborer avant le début de la saison le planning complet de l'événementiel sportif et nature afin que l'OT puisse le diffuser et communiquer > ce planning est bien le fond de commerce du Massif.

La volonté de créer un espace de dialogue, expression de l'avis des acteurs du tourisme est une attente qui a été largement exprimée lors des ateliers de concertation. Les habitants (nombreux) qui vivent du tourisme ont exprimé le souhait de pouvoir donner leur avis sur les modes de gestion des espaces, sur les axes de projet à favoriser ; l'idée a même émergé d'instaurer un débriefing en fin de chaque saison pour faire le point sur ce qui marche ou pas.

La mise en place d'un processus d'évaluation d'une politique ou de produits touristique est un sujet à part entière qui ne sera pas traité ici.

Les acteurs concernés sont les « institutionnels » et en particulier le PNC qui valide les modalités d'organisation des événements en zone cœur du Parc et les « associatifs » (vélo club, foyer de ski de fond ... liste non-exhaustive)

Le mode de fonctionnement est encore à inventer.

La création d'un bureau des guides pour regrouper les prestataires et la commercialisation des APPN

Conclusion : Proposition d'un calendrier

... Calendrier qui reste à être approprié par l'ensemble des acteurs du territoire.

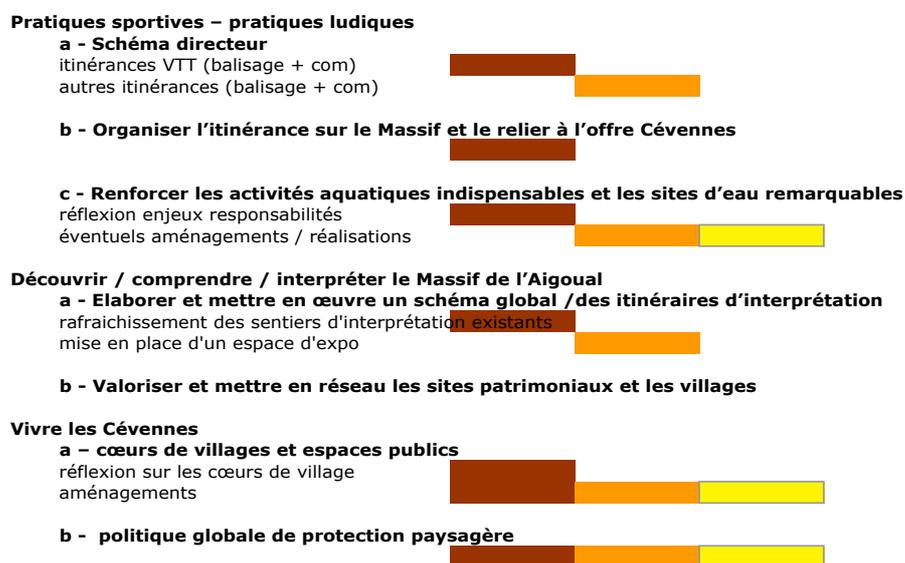
Proposition de calendrier

horizon : 3 ans 6 ans 9 ans

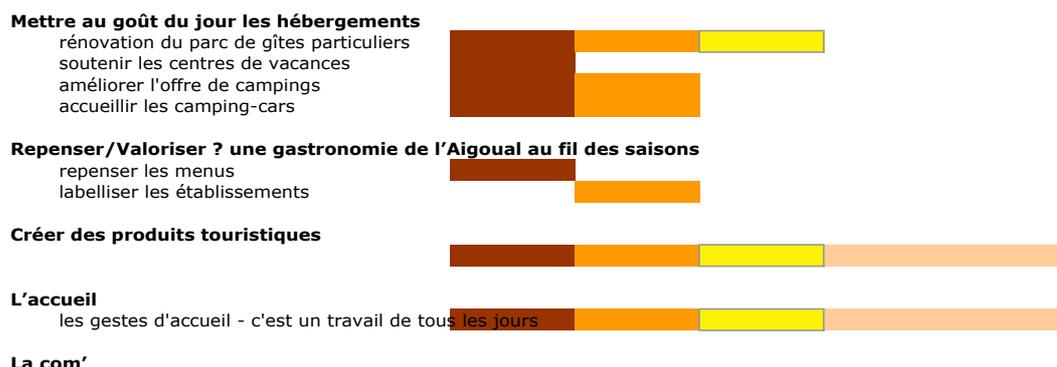
Orientation Stratégique 1 : Retrouver l'Aigoual Mythique



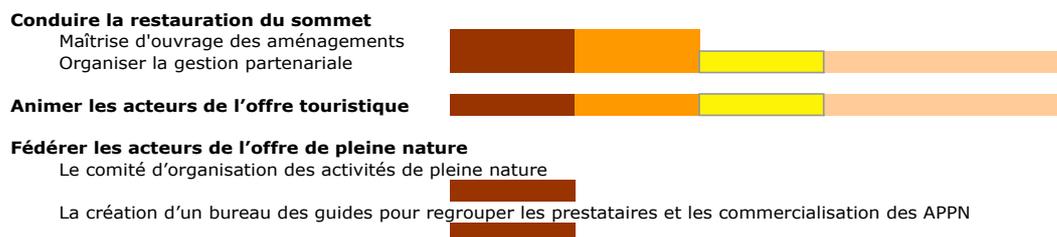
Orientation Stratégique 2 : Développer le massif, territoire d'activités 4 saisons de nature, de vie, de découverte



Orientation Stratégique 3 : professionnaliser et caractériser l'offre touristique



Orientation Stratégique 4 : formaliser les outils de gouvernance



Annexes : fiches-actions pour les hébergements

Axe stratégique n°2 : Professionnaliser et caractériser l'offre touristique

Séquence : 2.1. Les hébergements

Action 2.1.7 : Accueillir les camping-cars avec des structures adaptées

Constat Synthèse du diagnostic	Les flux camping-car sont réguliers à l'année avec une présence en basse saison C'est une clientèle avec un fort pouvoir d'achat (40 €/jour de dépense en itinérance, 150 €/jour en court-séjour, source , VDL Magazine) et des attentes spécifiques
Objectifs	Accroître la durée de visite des visiteurs en camping-car Satisfaire et fidéliser les camping-caristes pour accroître la consommation touristique. Conforter les Cévennes comme un territoire d'itinérance
Clientèles cible	Visiteurs et séjournants en camping-car <ul style="list-style-type: none">• Clientèle française régionale (environ 41% des camping caristes restent en France)• Clientèles européennes intermédiaire (ANWB pour les Pays Bas ou Adac pour l'Allemagne) ou autonomes• Clientèles du littoral
Moyens à mettre en œuvre	

1) Identifier les besoins en équipement d'aire de service Camping-car.

Faire un inventaire des demandes d'après l'office de tourisme et des points d'accueil

Expliquer aux communes les enjeux : distribuer le document de 8 pages extraites de VDL, magazine professionnel sur les Véhicules de Loisirs + réunion publique avant la réalisation des aires.

2) Implantations

Glossaire :

Eau grise = douche + vaisselle Grille dans sol accès souvent gratuit

Eau noire = WC issue des cassettes des WC chimiques. Accès souvent payant

Eau potable. Accès souvent payant.

Eau de rinçage des cassettes, des camping-cars... Accès souvent gratuit

Borne préfabriquées = appareil construit par industriels qui recèle un réseau, des robinets, des systèmes de paiement s'il y a lieu...

Aire de vidange = souvent en béton ou en asphalte. Cependant, des aires peuvent être traitées avec d'autres matériaux.

Recommandations :

1 Dans les communes qui disposent d'un camping. Ceci permet d'établir une relation entre le camping-cariste et le gestionnaire du camping qui est un ambassadeur de l'offre locale.

Et de plus cela permet une régulation des usages pour éviter abus et contrôler le rejet des eaux noires et grises.

NB : taille conseillée par la fédération : 40 m² / véhicule

2 Dans les communes sans camping, il faut en mesurer l'intérêt, en effet, les camping-caristes sont des consommateurs. Des aires diurnes peuvent être mises en place comme à Valleraugue pour la visite du village.

3. Répartition : Les aires sont à répartir sur les sites stratégiques du territoire :

- À proximité de l'A 75
- À Prat Peyrot / Espérou/ sommet de l'Aigoual
- À Valleraugue

4 Paiement . Dans les 2 cas, il est recommandé d'installer un système payant dont la grille à eaux noires (WC) et l'eau potable sont bloqués avant paiement (3 €)

5. Les événements : penser à des structures temporaires pour certains événements sportifs

6. Les Labels pour valoriser l'accueil

- Stop accueil camping-car pour les campings
- Étape liberté

7 Communication. Dès qu'elles sont en place, le faire savoir à la presse spécialisée qui est très lue par les pratiquants. C'est un bon vecteur de communication.



Coût	Gros œuvres réalisés par commune : de 4.000 € à 11.000 €HT Gros œuvre assuré par entreprises spécialisées : de 6 à 15.000 €HT <i>NB : Non compris les stationnements autour ni l'aménagement paysager > explique différence de coûts avec estimation Amphoux pour l'aire de Prat Peyrot</i> <i>NB : le prix varie principalement en fonction de la distance des réseaux existants</i>
Priorité /calendrier	1. À réaliser pour 2013
Responsable	Communauté de communes
Évaluation/ suivi	Nombre de nuitées aux aires Fréquentation des camping-caristes dans les commerces
Référence	Association Camping-Car Liberté (ACCL) Contact : Alain GUILLARD - 04.76.35.49.44 Chemin de la Source, 38430 Saint Jean de Moirans Email : a.ccl@free.fr Web : http://a.ccl.free.fr

Axe stratégique n°3 : Professionnaliser et caractériser l'offre touristique

Séquence : 2.1 Les hébergements

Action : 2.1.1 Stimuler la réhabilitation ou la simple mise au goût du jour

Constat Synthèse du diagnostic	Les hébergements touristique sont vieillissants L'offre n'est pas toujours adaptée aux attentes actuelles Le style de construction banalise le paysage et le territoire UNESCO Les hébergements actuels répondent peu aux exigences de développement durable : économie d'énergie et accessibilité notamment
Objectif	Améliorer l'offre d'hébergement existante, et remettre certains lits froids en marché
Clientèles cible	Propriétaires de meublés et de résidences secondaires
Moyens à mettre en œuvre	

1) Création de feuilles de style “Massif de l’Aigoual” :

Ces feuilles de style permettront de :

- souligner le caractère du bâti et des paysages environnants,
- mutualiser l'achat de certaines fournitures
- apporter une certaine cohérence sur le territoire, une touche "Massif de l'Aigoual".

Cette démarche nécessite beaucoup de ressources (mobilisation du personnel de la collectivité, assistance de bureau d'étude, d'une agence de communication), et nécessite des partenaires : poursuivre la démarche partenariale engagée avec la candidature Unesco.

2) Partenaires :

Pour des réhabilitations durables :

- le Conseil d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement du Gard
- le Parc National des Cévennes
- un organisme spécialisé dans l'énergie.

Cet argumentaire s'accompagnera d'un guide technique pour apporter des solutions pour la réalisation et des propositions quant au choix des matériaux et de l'agencement.

3) Lancer un appel à projet :

L'animateur de développement touristique lancera un appel à projet (bulletin municipal, réunion publique...) pour assurer contact et pré-diagnostic.

4) Assistance à porteur de projet :

Déroulé :

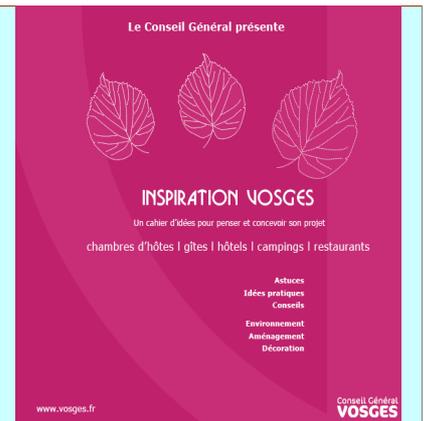
- Un porteur de projet se fait connaître auprès de l'animateur du territoire.
- Une grille de pré-diagnostic est remplie par le porteur de projet et l'animateur.
- Le dossier est analysé et validé ou pas.

Un groupement est mandaté pour une visite de 1 à 2 jours pendant lesquels le projet est structuré :

- architectes d'intérieur,
- architectes,
- paysagistes,
- gestion énergie....

En bureau, le groupement rédige un dossier de conseil qui permet au porteur de projet de :

- orienter son projet
- lancer les bons process...



Guide de recommandations architecturales et environnementales, réalisé par le Conseil Général des Vosges. Édition 2012.

5) Déroulé de l'action :

- Recensement et étude préalable : pour établir le nombre de lits à rénover potentiellement, ce qui permettra de fixer la part de lits neufs à créer
- La part des copropriétaires : les aménagements extérieurs par la collectivité
- La part du public :
 - Des prototypes de réalisation pour que se développe un parc homogène et adapté aux attentes des clientèles des 30 prochaines années (par ex. douches grand confort à la place des baignoires, WC séparés, cuisine ouverte...)
 - La feuille de style
 - Les 3 types d'isolation : façades, toits et fenêtres
 - Les aménagements à l'extérieur : aires de jeux, végétalisation et aménagements paysagers, stationnement, mobilité douce (allée piétonne, arrêt navette, bus, piste cyclable)
 - Les équipements : garderie, spa, espace paysage de silence, espace paysager avec aire de jeux d'enfants, espace rencontre ados, espace glisses urbaines...
 - Une aide à la commercialisation, prise en charge par l'OT

Coût	<ul style="list-style-type: none"> • Rédaction de la feuille de style : sur la base des travaux du CG des Vosges • Assistance à porteur de projet : démarche complète 	€HT 60 000 €HT
Priorité /calendrier	2. Engager le processus en 2012 pour une mise en œuvre de l'assistance dès 2014	
Responsable	Communauté de communes, Pays et département	
Évaluation/ suivi	Nombre de porteurs de projet Nombre de lits remis en marché	
Référence	<p>Communauté de Communes du Massif du Vercors : L'appartement témoin, référence pour une réhabilitation Vallée des Belleville (73) : http://www.renovationlesmenuiresvalthorens.com/</p> <p>N.B. Une autre formule consiste à distribuer une revue qui propose différents types d'aménagements et recommandations de mise en œuvre. Même coût. Car il faut aussi rencontrer des porteurs de projet pour avoir plusieurs modèles à proposer.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  <p>Avant Appartement témoin de 18 m²</p> <p>Prenez un appartement de 18 m² conçu il y a 20 ans pour 4 personnes. Videz-le de ses meubles et cloisons. Installez dans l'entrée une porte pour découvrir d'emblée, le ciel, la montagne et les pistes. Approchez-vous du paysage, disposez votre cuisine et une table courbe pour partager les repas. Dans la salle de bains, pensez à une grande douche et n'oubliez pas d'installer un sèche-serviette pour les combinaisons de ski. Choisissez un canapé-lit confortable. Vous obtenez un nid douillet pour 2. Il y a même une place pour un couffin !</p> </div> <div style="width: 45%;">  <p>Après</p> <p>Un style pour séduire Nature et Loisirs sportifs, un style sobre et robuste pour les clientèles sportives qui ont le sens pratique et qui s'attachent à la modernité. Des surfaces animées par une constellation de cercles de lumière. Un décor efficace, des couleurs franches.</p> <p>Des matières et des matériaux pour les sens L'épicéa thermo-traité, brossé et huilé a été choisi pour son grain et sa couleur qui exalte les fibres. Le fil du bois court sur le mur et l'œil perçoit une ligne plus profonde. Le bois et le verre pour la modernité. Les tissus pour le moelleux, le rouge pour la convivialité.</p> </div> </div>	

