

ETUDE TOURISTIQUE

PROSPECTIVE A DIX ANS DU MASSIF DE L'AIGOUAL

ETAT DES LIEUX DU TERRITOIRE

juin 2011



I – QU’EST LE MASSIF DE L’AIGOUAL ?	6
L’INSCRIPTION DES VILLAGES DANS LA GEOGRAPHIE, LEUR DESSERTE	6
LES SERVICES OFFERTS A LA POPULATION SUR LE TERRITOIRE :	8
L’ECONOMIE LOCALE : LA PART DU TOURISME DANS L’ECONOMIE LOCALE	9
LES FILIERES AGRICOLES ET FORESTIERES : UNE EXPLOITATION DURABLE DES RESSOURCES LOCALES	11
LA FILIERE BOIS :	12
L’ECONOMIE RESIDENTIELLE :	13
LE CONTEXTE REGLEMENTAIRE	14
II - ETAT DE LIEUX DU PAYSAGE DU MASSIF DE L’AIGOUAL	16
III LE SOMMET	17
LE COL DE LA SERREYREDE : UN EMPLACEMENT STRATEGIQUE	18
L’OBSERVATOIRE : UN ELEMENT MOTEUR DE L’ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE	19
PRAT PEYROT	20
LES ESPACES PUBLICS : UNE REFLEXION GLOBALE DES LOGIQUES DE FLUX ET DE QUALITE DES ESPACES PUBLICS EST NECESSAIRE	20
LE DOMAINE SKIABLE, LE PARC DE REMONTEES MECANQUES	24
DES OUTILS A METTRE EN PLACE	28
LE RECENSEMENT DES PROJETS EN LIEN AVEC LE SOMMET	29
IV - LA CLIENTELE	30
LE TOURISME REGIONAL	30
CLIENTELES FRANÇAISES	30
CLIENTELES ETRANGERES : DES CLIENTELES POTENTIELLES POUR LE TERRITOIRE	30
LES FRANÇAIS ET LA MOYENNE MONTAGNE	31
CLIENTELES ACTUELLES : LES FACETTES PRESENTES SUR LE MASSIF DE L’AIGOUAL	31
CLIENTELES POTENTIELLES A ATTIRER SUR LE MASSIF DE L’AIGOUAL	31
ZOOM SUR LES CLIENTELES ITINERANTES	32
V - LA GOUVERNANCE	34
LES COLLECTIVITES TERRITORIALES	34
LE CONTEXTE EST AUJOURD’HUI EN PLEINE EFFERVESCENCE :	34
LES EPCI (ETABLISSEMENTS PUBLICS DE COOPERATION INTERCOMMUNALE) ET AUTRES	36
LA CHARTE DU PARC	38
LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE DE L’AIGOUAL :	41
VI – QU’EST CE QU’ON VEND ? LES PRODUITS	43
HEBERGEMENT TOURISTIQUE	44
RESTAURATION /COMMERCE/ SERVICES	45
VII – LA QUALITE DE L’ACCUEIL	46
LOGIQUE DE SITE ET D’ACCUEIL	
VIII - CE QU’ON PROPOSE :	47
ANIMATIONS ET EVENEMENTS	
IX – CE QU’ON DIT :	48
PROMOTION, COMMUNICATION, COMMERCIALISATION	

X DES ENJEUX ET ORIENTATIONS SUR LESQUELS FONDER UNE REFLEXION PROSPECTIVE	50
---	-----------

ANNEXE - GOUVERNANCE DES TERRITOIRES TOURISTIQUES :	53
--	-----------

I. LA GOUVERNANCE, MARQUE DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTION PUBLIQUE	54
--	-----------

II. LA SPECIFICITE DE LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE	55
---	-----------

III. LA GOUVERNANCE DANS LES STATIONS DE MONTAGNE	58
--	-----------

IV. LE PROJET URBAIN, NOUVEL ENJEU DE GOUVERNANCE DES TERRITOIRES TOURISTIQUES.	60
--	-----------

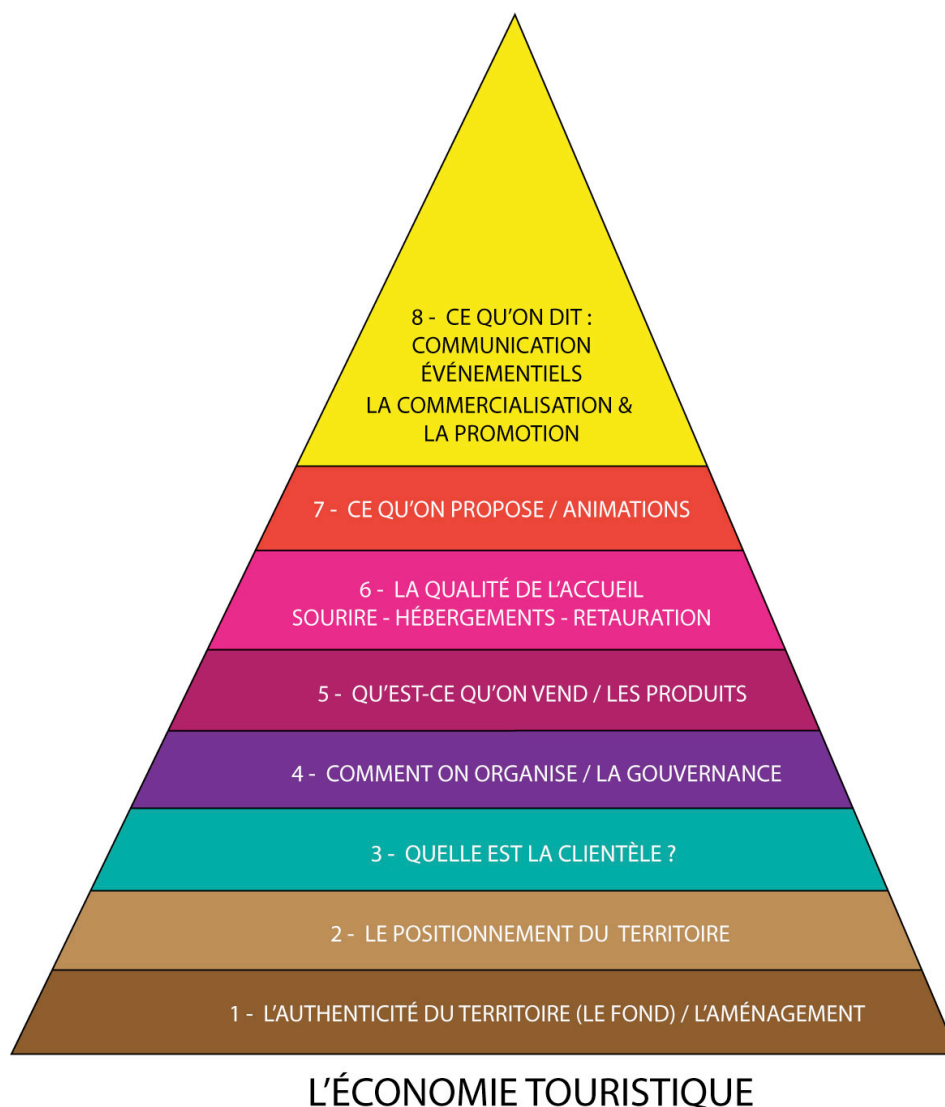
L'objet de « l'étude prospective à dix ans du Massif de l'Aigoual » dont le présent rapport retrace la première phase, la connaissance et le diagnostic du territoire, est de formuler en concertation avec les élus et les acteurs locaux du tourisme, le positionnement stratégique et touristique du Massif de l'Aigoual dans son ensemble et de son sommet en particulier.

Le périmètre de l'étude est celui de la communauté de communes, périmètre placé dans la perspective de sa zone de « chalandise » : le triangle Nîmes, Montpellier, Millau.

La méthode générale de l'étude est celle du projet, méthode qui se déroulera en trois temps :

- un temps de la connaissance du territoire et de ses acteurs ;
- un temps de co-élaboration entre l'équipe et la maîtrise d'ouvrage du projet de positionnement touristique
- puis un temps de déclinaison du projet en axes d'actions cohérents entre eux et hiérarchisés selon les priorités du territoire.

Le rapport de l'état des lieux du territoire s'organise suivant les différentes composantes (techniques et commerciales) de l'économie touristique. Celles-ci ont été ordonnées suivant leur « volatilité » depuis les éléments les plus pérennes (le territoire, le paysage) aux plus immatériels (la communication) dans le schéma ci-dessous.



L'originalité de l'étude est d'articuler / croiser une approche spatiale et paysagère du Massif avec l'approche « marketing » touristique, du marché et des produits touristiques. Les espaces de tourisme sont souvent définis en référence à la ville. Ils en sont « l'ailleurs compensatoire » : pour la société urbaine, la montagne (comme la mer, la campagne, « l'ailleurs ») demeure un pays imaginaire, une utopie. Les citadins y transposent leurs rêves

de changement et de dépaysement. Les touristes n'y cherchent pas la réalité de la vie montagnarde (le quotidien des habitants locaux y est plutôt difficile), mais plutôt l'image qu'ils s'en sont faite. Ils y projettent leurs visions, leurs rêves ou leurs nostalgies.

L'élaboration et le développement de l'approche touristique est conduite en concertation avec les acteurs locaux du tourisme. Cela s'est concrétisé le 25 février 2011 lors d'une journée de travail collectif, journée qui a orienté le positionnement touristique du massif.

L'approche spatiale et paysagère s'est appuyée d'une part sur une analyse sensible des lieux, d'autre part sur une série d'entretiens conduits avec des acteurs du massif :

- élus et socio-pro de chaque commune rencontrés lors d'entretiens de groupe les 3 et 4 février,
- représentants de l'ONF, PNC, CCI ... et OT.

Que l'ensemble des acteurs locaux qui nous ont donné un peu de leur temps soit ici remercié.

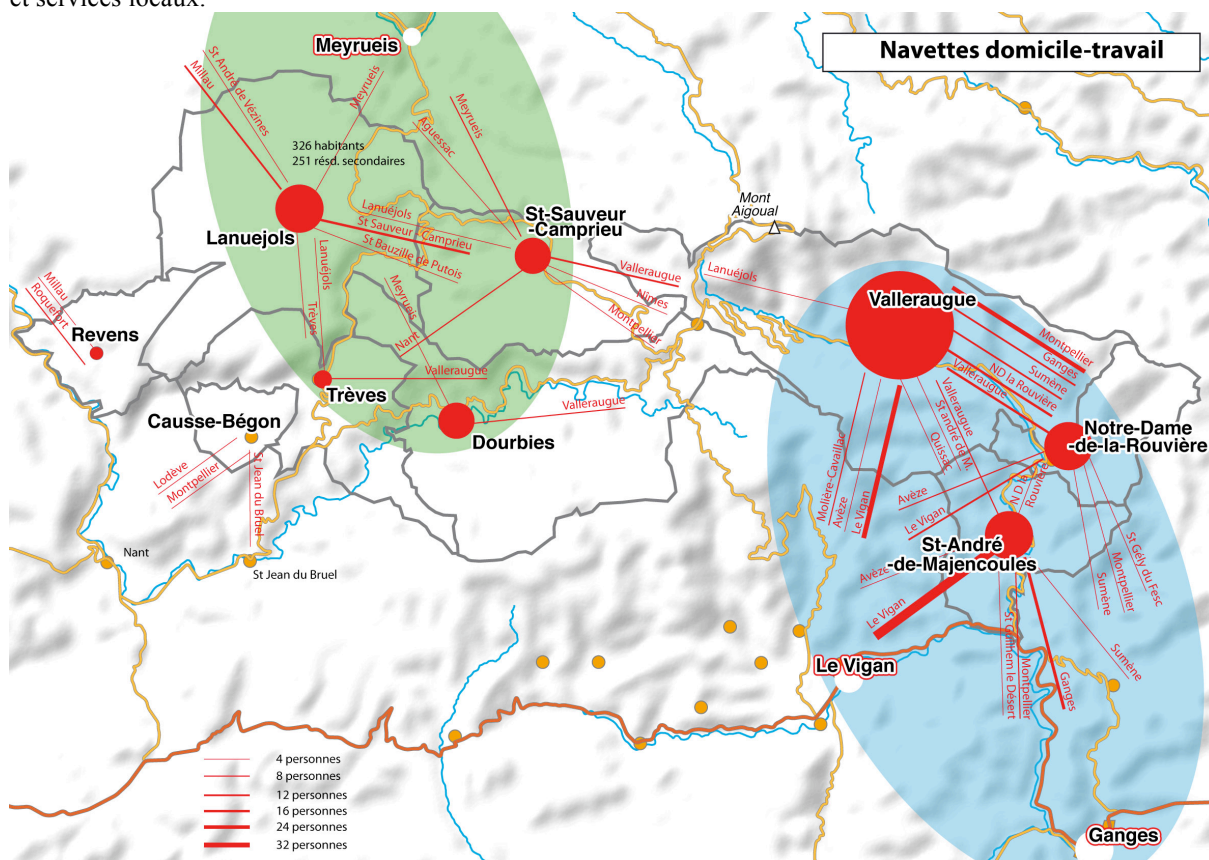
L'inscription des villages dans la géographie, leur desserte

La majorité des villages du périmètre de la Communauté de Communes s'égrène le long de la RD 986, la route qui lie Ganges (Nîmes / Montpellier) et Meyrueis (Millau), épine dorsale du territoire, à l'exception de Trèves, Dourbies et Causse Bégon, Revens. Seuls Valleraugue et l'Espérou sont traversés par la RD 986, les autres villages sont situés à l'écart des flux transitant.

Le commerce est une activité qui se positionne sur les flux, s'il n'y a pas de visibilité directe une stratégie de signalisation doit être mise en place afin de signaler aux passants qu'il est possible de se restaurer par exemple :



La visibilité et la pertinence de la signalétique positionnée sur les flux sont un enjeu majeur pour les commerces et services locaux.



L'accessibilité est une problématique importante du territoire : la RD 986 est très roulante, les RD 151, 341 et 157 sont moins rapides (sinuosité, largeur voirie entretien). L'accès le plus direct du territoire à l'A75 par La

Cavalerie semble pénalisé. Les conséquences les plus visibles sont le choix de la commune de résidence par rapport à la localisation de l'emploi, voir la représentation graphique des navettes domicile-travail quotidiennes ci-dessus.

La démographie des villages :

Les dynamiques démographiques le confirment : Trèves et Dourbies, moins accessibles, souffrent de déficit démographique.

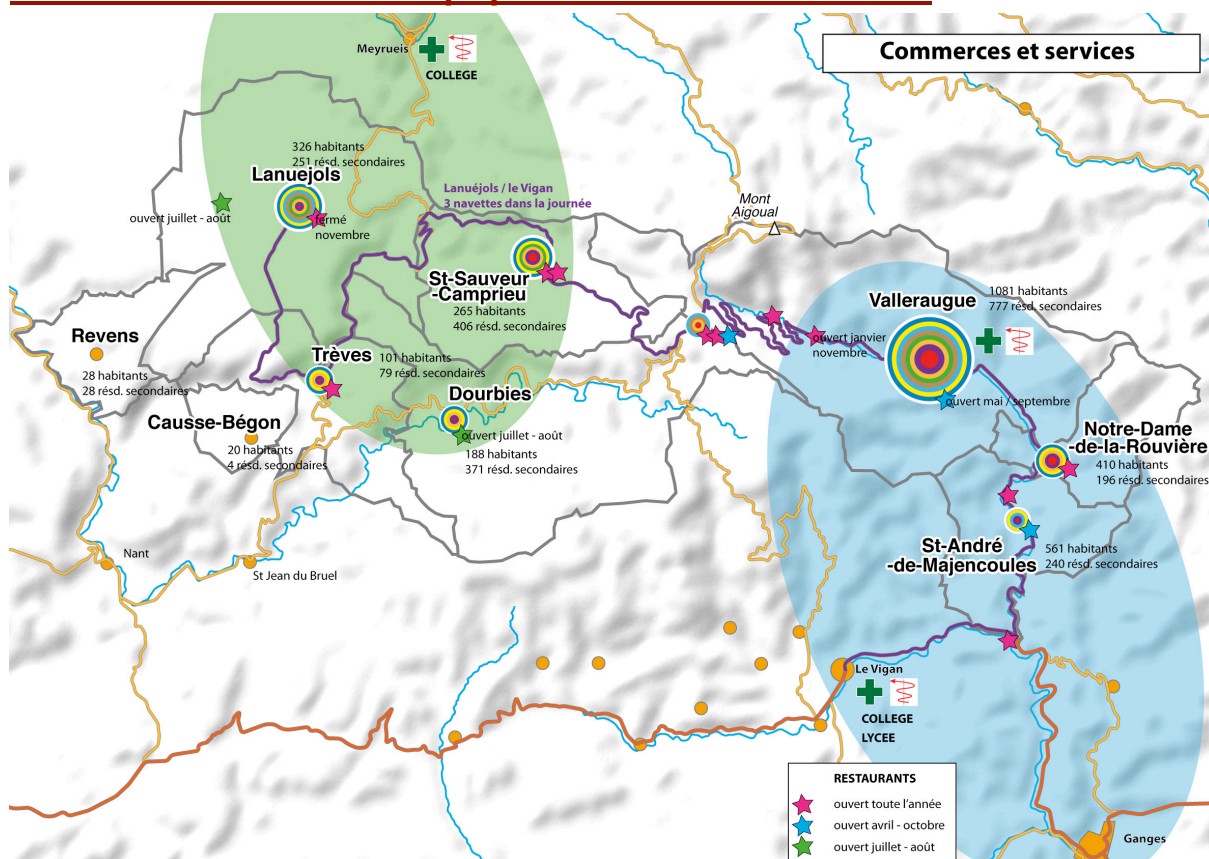
		Causse Bégon	Camprieu	Dourbies	Espérou	Lanuéjols	N. Dame de la Rouvière	Revens	St André de Majencoules	Trèves	Valleraugue
démographie	habitants	20	265	188		326	410	28	561	101	1081
	variation 99/06	-1,6	4,4	-1,1		-0,2	1,7	1,9	0,1	-2	0,8
		perte 3 habs	gain 77 habs migrations + natalité	perte 18 habs natalité		perte 5 habs	gain 53 habs migrations	gain 4 habs migrations	gain 5 habs migrations	perte 18 habs migrations	gain 63 habs migrations
parc de logements	résidences principales	5	128	89		150	165	10	258	52	497
	résidences secondaires	4	406	371		251	196	28	240	79	777
	ensemble	9	563	475		444	372	43	522	146	1324

Les dynamiques démographiques locales : on constate que les communes de Trèves et Dourbies souffrent d'un déficit démographique plus ou moins important entre les deux derniers recensements (Lanuéjols a perdu 5 habitants entre 1999 et 2006 mais en avait gagné 30 entre les deux recensements précédents). On peut supposer qu'une moins bonne accessibilité routière depuis les centres d'emplois importants (Nant, Lanuéjols, Meyrueis) rend moins attractives ces communes en terme de migrations résidentielles.

Les distances et probablement la topographie organisent la partition du territoire, partition que ne corrige pas la desserte locale en transport public : trois navettes dans la journée entre Lanuéjols et Le Vigan. A partir de Ganges-Le Vigan on trouve un autre bus en direction de Nîmes ou de Montpellier. La desserte en transports collectifs du Massif de l'Aigoual est minimaliste, elle est insuffisante en terme d'accessibilité touristique du massif (Prat Peyrot en particulier) ou de découverte du territoire.

Les routes cheminant dans les gorges du Trévèzel, de la Dourbie ou offrant des panoramas au passage du col du Minier ou de Mandagout sont de magnifiques routes de découverte (mais peut-on s'arrêter en sécurité pour profiter de la vue ?). Sont-elles accessibles aux camping-cars ? Peut-on les indiquer comme itinéraires à privilégier pour des promenades à moto ou vélo électrique ?

Les services offerts à la population sur le territoire :

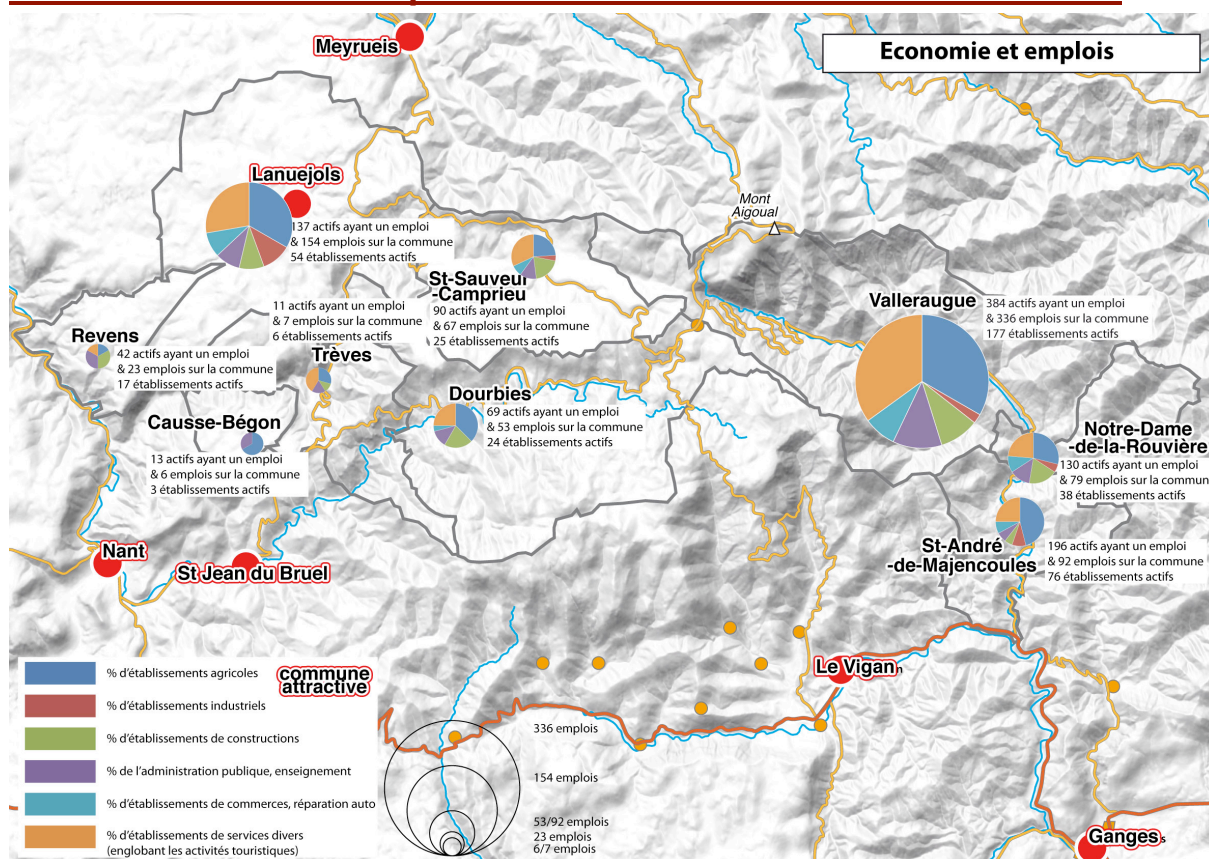


		Causse Bégon	Camprieu	Dourbies	Espérou	Lanuéjols	N. Dame de la Rouvière	Revens	St André de Majencoules	Trèves	Valleraugue
commerce de proximité	alimentation	xx	x	x	x	x	xx		x	x	xxxx
	sport				7						
	tabac		x			x					x
	café / bar	xx	x	x	xxx	x	x	xxx	x	x	xxx
offre de soins	restaurant	xx	x	x	xxx	xx	x	xxx	x	xx	xxx
	artisans bâtiments	xx	xx	xx	x	xx	x	xx	xx	xx	xx
	médecin										x
	autre						infirmier		infirmier		xxx
services de proximité	pharmacie										x
	ambulance	x				x					x
	station service				x	x					x
	garage				x	x			x		x
	PTT/agence postale	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	pompiers										x
	crèche				crèche	pompiers				gendarmerie	gendarmerie
	école	x	x			x	x			x	x

Une offre de services contrastée de part et d'autre du col de la Serreyrède reflétant les différences de densité de population entre les deux cantons : Valleraugue offre toute la gamme de services de proximité nécessaire à la vie quotidienne, la gamme intermédiaire se trouve à proximité, à Ganges.

Pas d'offre médicale sur les plateaux, il faut aller vers Meyrueis ou Nant. Les villages de Camprieu et Lanuéjols disposent du minimum des commerces et services de proximité (alimentation, école, agence postale, ambulance/taxi), l'ensemble des communes du canton de Trèves « fonctionnent » avec Nant ou Meyrueis.

L'économie locale : la part du tourisme dans l'économie locale



	Causse Bégon	Camprieu	Dourbies	Lanuéjols	N. Dame de la Rouvière	Revens	St André de Majencoules	Trèves	Valleraugue	zone de comparaison : gard
nombre d'habitants	20	265	188	326	410	28	561	101	1081	689843
nombre d'actifs ayant un emploi (pop locale)	13	90	69	137	130	11	196	42	384	
indice concentration d'emplois	40	71,9	77,5	111,2	60,6	63,6	46,7	54,8	86,4	
emploi total (salarié et non-salarié) au lieu de travail en 2007	6	67	53	154	79	7	92	23	336	233826
dont part de l'emploi salarié	33,30%	81%	69,60%	73,80%	70,70%	57,10%	51,70%	76,20%	62,30%	83,7
Nombre d'établissements actifs au 31 décembre 2008	3	25	24	54	38	6	76	17	177	60856
Part de l'agriculture, en %	66,7	24	37,5	33,3	28,9	16,7	46,1	29,4	33,3	15,2
Part de l'industrie, en %	0	4	0	11,1	5,3	0	9,2	0	2,3	5,9
Part de la construction, en %	0	20	20,8	9,3	18,4	33,3	5,3	11,8	9,6	11,9
Part de l'administration publique, enseignement, santé et action sociale, en %	33,3	12	12,5	9,3	13,2	33,3	6,6	17,6	11,9	14,4
Part du commerce, transports et services divers, en %	0	40	29,2	37	34,2	16,7	32,9	41,2	42,9	52,5
dont commerce et réparation auto, en %	0	8	4,2	9,3	10,5	0	7,9	0	7,9	17,1
dont services divers (englobant tourisme) en %	0	32	25	27,7	23,7	16,7	25	41,2	35	35,4
soit x établissement	8	6	15	9	1	19	7	62		
Part des établissements de 1 à 9 salariés, en %	66,7	40	29,2	24,1	21,1	50	14,5	23,5	16,9	29,1
Part des établissements de 10 salariés ou plus, en %	0	5,5	0	5,6	5,3	0	1,3	0	2,3	5,5

source : INSEE et CLAP (connaissance locale de l'appareil productif)

Les données fournies par l'INSEE et le CLAP (le CLAP fournit des données d'emploi salarié au lieu de travail, sur l'ensemble des entreprises et des établissements ayant eu au moins un jour d'activité économique dans l'année d'exercice, qu'ils soient employeurs ou non) nous informent que l'ensemble des communes du périmètre d'étude à l'exception de Lanuéjols offrent moins d'emplois qu'il n'y a d'habitants actifs ; cet état de fait engendre des mouvements quotidiens entre domicile et travail.

Les communes périphériques à la communauté de communes attirantes en terme d'offre d'emplois sont : Meyrueis (indicateur : 119), Nant (indicateur : 107,8), et l'ensemble Le Vigan (indicateur : 176) – Ganges (indicateur : 162,1) ; L'indicateur est l'indicateur de concentration d'emploi est égal au nombre d'emplois dans la

zone pour 100 actifs ayant un emploi résidant dans la zone.

Le recensement par l'INSEE des navettes quotidiennes domicile-travail dessine les polarités du territoire : les populations de la Haute Vallée de l'Hérault participent au bassin de vie organisé autour du pôle Le Vigan – Ganges, alors que les communes du canton de Trèves sont plutôt orientées vers Nant ou vers Meyrueis puis Millau. Les actifs de Camprieu travaillant hors de la commune s'orientent à part égale entre Nant, Meyrueis et Valleraugue.

On peut dresser un panorama assez fin et quantitatif des différentes activités économiques du territoire, le nombre d'établissements présents étant comptabilisé et catégorisés. L'élément de comparaison du tableau ci-dessus est l'ensemble du département du Gard.

Si l'on excepte les communes de Revens et Causse bégon dont les bases sont faibles (respectivement 3 et 6 établissements) on constate l'importance du secteur agricole dans l'économie locale, ces établissements représentant entre 24 et 46 % des établissements présents sur chaque commune, la moyenne sur le département étant de 15,2 %.

Le secteur de la construction est également plus fortement représenté en moyenne sur la Communauté de Communes que sur le département du Gard. Ce secteur est soutenu par la construction puis l'entretien de l'important parc local de résidences secondaires. D'ailleurs, la représentante d'une entreprise de menuiserie de Camprieu a confirmé en entretien qu'aujourd'hui, contrairement à il y a 20 ans, 95 % de son activité économique vient de la maintenance de résidences secondaires. Le secteur de la construction couplé avec les activités de services soutenues par la présence de population peut être considéré comme une économie résidentielle, l'économie de la présence d'habitants. C'est un secteur important sur le territoire (développé plus loin).

Par contre les secteurs du commerce et de l'industrie sont très faiblement représentés sur le territoire, le commerce en conséquence de la faible densité de population. Pour le secteur industriel, Saint André de Majencoules et Lanuéjols (entreprises Germain) font exception.

L'économie touristique est une économie diffuse, difficile à saisir dans les données statistiques ; cette économie entre dans la part des services dans le classement INSEE.

La part d'établissements du territoire relevant de cette catégorie oscille entre 16 et 41 % du total des établissements par commune (entre 6 et 19 établissements suivant les communes, à l'exception de Valleraugue où l'on trouverait 62 établissements relevant du secteur des services) ; c'est une part des emplois locaux non-négligeables.

Interrogée sur des aspects plus qualitatifs du monde économique local, la CCI relève deux traits saillants :

- on observe peu de faillite sur le territoire, même à la suite de l'éclatement récent d'une crise, la raison pouvant être la souplesse du tissu de petites entreprises souvent uni-personnelles et/ou la force du réseau local/familial/d'entre-aide, force qui aide à passer le cap ;
- il y aurait peu de pluri-activité touristique, les acteurs locaux du tourisme en font le plus souvent une activité principale. De façon pragmatique et réactive, à partir d'une activité de base l'activité touristique est développée et diversifiée, l'entreprise « Randal Bison » est exemplaire de ce genre de démarche.

Ensuite sont développés les aspects agricoles, forestiers et résidentiels de l'économie en laissant de côté les aspects les plus innovants de l'éco-locale : le labo de l'Aigoual et le garage au bio-éthanol ... aspects innovants qui sont pour l'instant ponctuels, qui sont à développer mais qui ne sont pas une ligne de force dans un projet global qui repose sur des « masses ».

Les filières agricoles et forestières : une exploitation durable des ressources locales

Ces filières exploitent le milieu local : élevages de brebis pour la production de lait de roquefort sur les Causses, production d'agneaux de boucherie (coopérative estive La Rayole Aigoual), culture de l'oignon doux sur les terrasses de la Haute Vallée de l'Hérault, exploitation forestière des forêts du Lingas et de l'Aigoual, et participent à la construction et l'entretien des paysages.

Les productions agricoles de l'ensemble du territoire de la communauté de communes sont hétérogènes, reflétant ainsi la diversité des paysages et environnements ; cependant on observe des tendances fortes :

- la labellisation : les productions locales s'inscrivent dans la tradition tout en tendant vers plus de qualité et exploitent les labels AOC (Roquefort pour les Causses et Oignons doux pour les vallées en terrasses) ;
- la diversification des pratiques culturelles locales (par exemple l'élevage de canards ou de bisons), diversification culturelle qui est accompagnée par la volonté des exploitants de concentrer la valeur ajoutée de leur production en la transformant puis en commercialisant « en direct » (sur place ou des marchés, par internet ou en boutiques « paysannes ») ; la boutique paysanne « Terres d'Aigoual » est exemplaire de cette démarche d'intégration des marges mais ne concerne que dix producteurs dont les produits sont complémentaires (un seul producteur par type de production).
- Le développement de l'agro-tourisme : L'agriculteur fait le choix de diversifier son métier (et donc ses sources de revenus) et peut être un hôte (chambre et/ou restauration) qui fait découvrir à ses clients le milieu agricole et ses productions diversifiées. L'agro-tourisme est une autre façon de rentabiliser les investissements dans l'exploitation agricole. L'agrotourisme valorise l'agriculture et permet aux voyageurs de découvrir le pays à travers l'identité forte des agriculteurs. Il permet également de créer un lien entre les citadins et les paysans d'habitude peu accessibles. Les gîtes et tables « à la ferme » sont l'aspect le plus ancien de l'agro-tourisme, le label « Site Remarquable du Goût » en est l'aspect le plus abouti.
- Le label « Bienvenue à la Ferme »

La candidature « Site remarquable du Goût » préfigure la démarche intégrative qui doit présider à l'émergence et au développement d'une politique touristique : une marque/image de qualité portée par des acteurs d'horizons différents qui oeuvrent de concert à un projet global pour un territoire.

Quel est l'objet de la démarche ?

" Un Site Remarquable du Goût permet d'identifier un accord exceptionnel entre le savoir-faire des hommes, la qualité d'un produit et la richesse d'un patrimoine architectural et environnemental. Cette identification ne peut se faire sans la volonté d'accueillir, d'expliquer, de tisser le lien entre savoir-faire et faire-savoir ". *Charles Perraud, président de l'association nationale des Sites Remarquables du Goût depuis sa création en 1996*

La démarche intégrative articule les aspects agricoles et paysagers (l'agriculture modèle et entretient le paysage), économiques (création de richesses qui permettent le maintien voire l'installation de populations) et sociaux : les différents acteurs (agriculteurs, restaurateurs, hôteliers) représentent chacun la qualité du territoire, chacun accueille le visiteur puis le renvoie vers un autre membre du réseau.

Les agriculteurs de la coopérative de l'oignon doux de la Haute Vallée de l'Hérault ont déposé leur candidature au label « Site remarquable du goût ». C'est un élément très positif à prendre en compte dans l'élaboration du projet touristique global, notamment en terme de prise de conscience de la nécessité de créer un réseau, de travailler en interaction et de démarche qualité. La réussite d'une telle démarche demande une grande implication des acteurs, surtout au démarrage ; ceux-ci pourraient ne pas être disponibles pour s'impliquer dans une démarche touristique parallèle ou globalisante à l'échelle du massif. Le projet touristique global devra s'articuler avec la démarche « Site Remarquable du Goût ».

En conclusion sur ce point sur l'agriculture locale :

- l'hétérogénéité des milieux permet la production d'une grande variété de produits alimentaires de qualité, cette large gamme couvre la fabrication complète d'un repas, au fil des saisons, les aspects gastronomiques du territoire restent à développer ;
- la pratique de la démarche en réseau et en partenariats, des démarches de qualité ou de labellisation est prometteuse en vue de la mise en place d'une démarche touristique globale.

La filière bois :

Les forêts couvrent près de 75% du territoire et présentent des essences variées : dans les vallées cévenoles sont présents châtaigniers et chênes verts, au-delà de 900 m d'altitude se trouvent majoritairement des résineux (pins, sapins, épicéas, mélèzes) et des hêtres ainsi que d'autres essences à feuillage caduc. Une grande partie des forêts est gérée par l'Office National des Forêts ; l'ONF entretient, vend puis replante les massifs. Il assure également l'entretien des chemins forestiers qui sillonnent le massif et notamment les sentiers de découverte des arboretums.

Les forêts de l'Aigoual et du Lingas ont un indéniable aspect scientifique : à partir de 1875 Georges Fabre a entrepris de reboiser des montagnes dénudées par excès de coupes de bois, pâturages et érosions. Il a effectué avec le botaniste Charles Flahault une recherche de graines, des essais de plantation qui sont aujourd'hui des arboretums que l'on peut visiter (l'été uniquement, visites guidées animées par des étudiants montpelliérains en botanique).

L'Aigoual est à présent la preuve vivante que l'on peut intervenir (patiemment et avec constance) sur les situations écologiques difficiles, reconstruire des sols et des paysages, situation qui fait écho aux peurs contemporaines de destruction de notre écosystème, aux envies d'un développement durable de notre société en harmonie avec son environnement. A présent les sols épuisés ont donné naissance à des forêts riches et diversifiées, le classement en zone Natura 2000 puis comme réserve de biosphère couronne les efforts de générations de forestiers. L'autre enseignement est que les écosystèmes sont dynamiques, le climax est un point d'équilibre que l'on ne peut pas figer : le paysage est en mouvement, dans une dynamique de fermeture d'un coté ou défriché de l'autre, des aménagements d'esprit contemporain peuvent voisiner avec la restauration d'éléments avec des techniques traditionnelles.

Cet aspect scientifique géologique et biologique est complété par la présence de l'observatoire météo de l'Aigoual, où l'on étudie et développe une pédagogie de l'observation météo, des phénomènes et interactions climatiques ... préoccupations qui sont également en phase avec les préoccupations contemporaines de réchauffement climatiques et de lutte contre ... indéniablement l'Aigoual a une vocation scientifique, de pédagogie et de vulgarisation des grands concepts écologiques.

Géologie, climat, écosystème ... l'homme trouve sa place dans l'univers les pieds sur terre et la tête dans les étoiles ; l'observation et la rêverie de ciels étoilés n'est-elle pas une des activités parmi les plus prisées en vacances les soirs d'été ?

La pureté du ciel, l'absence de pollution nocturne le permet, contrairement aux milieux urbains où vivent à l'année la majorité des visiteurs.

Les forêts, l'ensemble du territoire de l'Aigoual peuvent être porteurs de valeurs traditionnelles (opiniâtreté, constance de l'effort) et des messages contemporains en phase avec les interrogations sociétales ; ce n'est pas une filière économique à développer mais des possibilités d'animation, de communication et d'affichage.

L'animation, la pédagogie autour du milieu, de l'environnement existent déjà de façon ponctuelle : visites des arboretums, exposition permanente du musée de l'Observatoire + espace didactique sur rdv ; cela pourrait être développé de façon globale en vue d'une interprétation pédagogique de ce qu'est un écosystème, le public peut être général et scolaire. Des partenariats comprendront Météo-France (vecteur de sa communication) et les universités proches.

Le bois, ressource renouvelable d'une activité économique indispensable :

Les massifs forestiers gérés par l'ONF (il y a de larges étendues de forêts privées dont on observe que l'exploitation permet au mieux de recouvrir les coûts d'entretien) sont une ressource exceptionnelle et spécifique. Les forêts régulent le climat et structurent le paysage et sont la ressource renouvelable à la base de la filière économique « bois » : bucheronnage, scierie, menuiserie et charpente.

Les deux aspects de la valorisation économique du bois sont développés localement : le bois d'œuvre et le bois source d'énergie (voir la charte forestière de 2006, charte qui réunit les acteurs liés au bois et à la forêt et qui établit les grandes lignes de l'administration et de la valorisation du massif forestier).

La présence des entreprises « SARL Chalets Reilhan » ou « SARL Germain Environnement » témoignent de la force économique de cette filière et surtout de la créativité et de l'acuité de ces entrepreneurs : on pense en particulier aux gammes de mobiliers urbains (il faut renouveler les gammes pour rester au goût du jour) développées par Germain Environnement et aux structures de haute technicité comme les passerelles.

Ces entreprises sont pleinement dans notre société contemporaine et doivent bénéficier des mêmes atouts que leurs concurrentes situées dans des zones plus urbaines, plus accessibles, notamment en terme de desserte par les flux d'internet. La puissance et la constance des débits numériques pour les entreprises du territoire est un enjeu économique majeur ; les collectivités doivent être vigilantes et agir dans le sens du développement constant des réseaux numériques.

La valorisation de la forêt comme source de chauffage est un axe déjà développé par la Communauté de Communes (projet « Bois-énergie ») avec une convention avec l'ONF. Des plaquettes issues de la gestion des

forêts alimentent les chaudières à bois de divers bâtiments (centre d'apprentissage de Lanuéjols, la Serreyrède et les projets d'école primaire à Camprieu et d'hôtel de communauté à l'Espérou). Peut-être que dans un deuxième temps une véritable filière économique de production de plaquettes pourra être développée (voir le nombre de projets d'éco-quartier, d'éco-hameaux avec des chaufferies collectives en cours de réflexion dans les aires urbaines de Montpellier et Nîmes) pour alimenter les zones urbaines du littoral et peut-être offrir des débouchés à la gestion et valorisation des forêts privées du massif.

La forêt, un art de vivre :

La filière bois est aussi une culture locale, la Fête du Bois (événementiel) et la Maison du Bois (lieu d'exposition et d'apprentissage) en sont représentatives.

La Fête du Bois (animation prévue par la Charte Forestière) qui a lieu une année sur deux est un vecteur fort de communication. Cette fête mêle divertissement et pédagogie est portée par l'ensemble des acteurs de la filière bois et attire de nombreux visiteurs.

Le succès de la « Maison du Bois », lieu d'exposition (3 000 visiteurs l'été) autour de la culture liée à la forêt et d'initiation à la fabrication de jouets en bois témoigne de la curiosité des visiteurs pour un milieu que les « urbains » ne connaissent guère. Cet atelier d'apprentissage et de fabrication ouvert à tous accueille 1 200 personnes en 35 jours d'ouverture estivale et est représentatif de la demande des visiteurs de « faire » et apprendre lors de séjours sur place. L'apprentissage, l'atelier de fabrication (voire loisirs créatifs), le petit bricolage sur une demi-journée où l'on repart avec son objet peut être une piste d'animation locale ou un élément pour créer une offre touristique.

Cette animation repose sur l'engagement d'une association d'une trentaine de bénévoles (raison des 35 jours d'ouverture estivale) ; si l'on souhaite offrir cette animation de façon permanente il faudra réfléchir au financement d'un animateur et au périmètre de ses missions.

L'économie résidentielle :

L'économie résidentielle est une économie dont le moteur est la dépense sur le lieu de résidence. La notion d'économie résidentielle est une abstraction qui permet d'identifier ce qui concerne les « agents économiques » dont la vocation principale consiste à procurer aux résidents les biens et services nécessaires à la vie dans le territoire. On englobe dans cette économie : les commerces et services à la population, la construction.

Cette économie n'est délocalisable, on peut l'accroître en augmentant la population permanente ou le nombre de visiteurs : le tourisme.

Le tourisme actuel compte déjà pour une grande partie dans ce secteur économique du massif de l'Aigoual, il participe au maintien des commerces et services locaux (*pas de données statistiques ou d'étude économique fine, cela reste du dire d'acteurs*) notamment par le biais de la présence plus ou moins ponctuelle des occupants des résidences secondaires.

L'objectif, dans le contexte de la communauté de communes est de maintenir puis développer l'offre actuelle de services et de commerces. Les collectivités locales ont déjà une action volontariste dans ce sens (en direction du maintien de l'appareil commercial, des services pour la petite enfance et les personnes âgées). L'offre médicale reste difficile à mettre en place dans les zones où elle manque ; les téléservices et la télémedecine en particulier peuvent être des pistes à explorer.

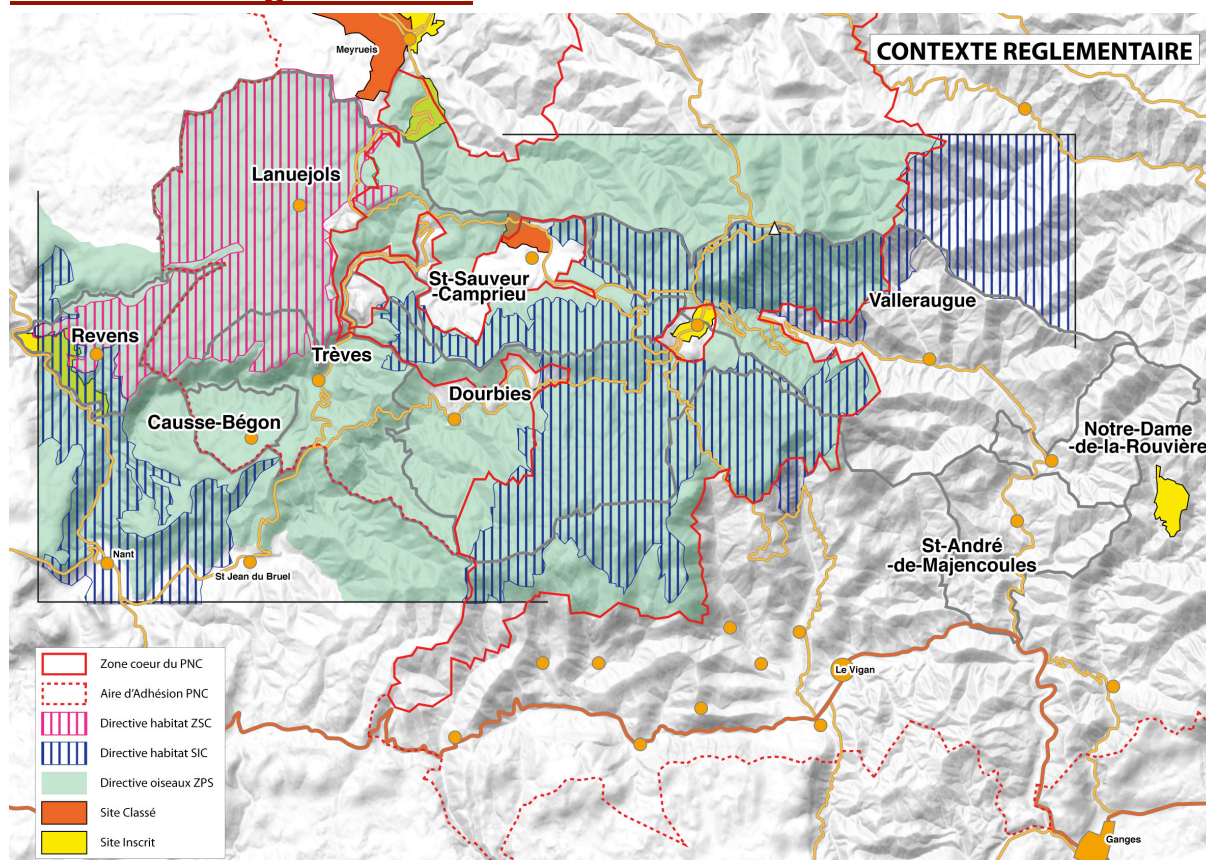
On peut espérer « densifier » l'usage du parc de logements existant ; en effet le parc de résidences secondaires est très important et il y a plusieurs pistes pour ouvrir ces « volets clos » :

- favoriser l'installation de « jeunes » retraités et transformer la résidence secondaire en principale, Camprieu est exemplaire de ce phénomène assez récent. L'offre locale de commerces et de services devra être au moins de proximité.
- Favoriser l'installation de télé-travailleurs : en plus d'une offre de proximité, la position dans le territoire (en terme d'accessibilité routière) et la présence d'un bon débit internet sont des préalables incontournables à ces installations.
- *Faire rentrer ces résidences secondaires dans le parc de logements locatifs géré par l'OT ou autre gestionnaire (une centrale de réservation). Généralement les résidences secondaires ne sont pas au niveau des standards de confort de l'hôtellerie « professionnelle », des outils ont été créés dans ce sens tel que l'ORIL (Opération de Rénovation de l'Immobilier de Loisir, cet outil est calqué sur les modes opératoires des OPAH, Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat en centre urbain). Cet outil fonctionne bien quand la résidence secondaire est considérée comme un investissement et non comme une « maison de famille ».*

Le parc de résidences secondaires participe à l'offre globale d'hébergement ; cela est développé dans un chapitre ultérieur.

Le développement volontariste des activités touristiques du Massif de l'Aigoual ira dans le sens du renforcement de l'économie résidentielle ; l'élaboration de la feuille de route de ce développement est l'objet de notre étude. Les chapitres suivants détaillent les différents aspects de l'offre touristique locale.

Le contexte réglementaire



1 Territoire soumis dans son ensemble à la Loi Montagne

2 Elaboration en cours de la charte de l'aire d'adhésion au PNC :

La zone cœur s'impose d'emblée ; Une fois approuvée, la Charte s'imposera à l'ensemble des documents d'urbanisme (SCoT & PLU). SCoT, PLU et autre document d'urbanisme sont soumis à la Charte du PNC.

Les communes dont une partie du territoire est couverte par la zone cœur appartiennent de fait au PNC, la charte s'imposera à elles (notamment compatibilité des documents d'urbanisme / PLU et SCoT). Si un périmètre de SCoT inclus des communes concernées par la Charte PNC, alors l'ensemble du périmètre du SCoT devra être compatible avec la Charte, y compris les communes non-adhérentes à l'aire d'adhésion PNC.

La loi Grenelle II en 2010 ajoute que si un périmètre d'un SCOT « recouvre en tout ou partie celui d'un Pays ayant fait l'objet d'une publication par arrêté préfectoral, le projet d'aménagement et de développement durable (PADD) du schéma de cohérence territoriale prend en compte la charte de développement du pays », ici celle du Pays « Aigoual-Cévennes-Vidourles ».

Liste des communes appartenant à la zone cœur : Lanuéjols, Camprieu, Dourbies, Valleraugue
Communes dans l'aire d'adhésion : Trèves, Causse-Bégon, St André et ND de la Rouvière

3 Pas de SCoT prévu dans l'immédiat sur le territoire

4 Le point sur les POS/PLU locaux :

Causse-Bégon : rien

Dourbies : carte communale approuvée ?

Lanuéjols : carte communale opposable à partir du 15 déc 2007 (compétence Maire)

Notre Dame de la Rouvière : PLU (durable) en cours d'élaboration

Revens :rien

St André de Majencoules : carte communale opposable ?

St Sauveur Camprieu : POS prescrit en 1972, modifié 3 fois, opposable 10/08/2006

Trèves : rien

Valleraugue : PLU en cours d'élaboration, actuellement un POS encore valable

Et Meyrueis : PLU en cours d'élaboration, actuellement le RNU s'impose

6 Un contexte environnemental fort qui impose des démarches supplémentaires lors de la réalisation de projets :

- les zones « natura 2000 » : une évaluation environnementale des projets systématique
- des sites classés ou inscrits

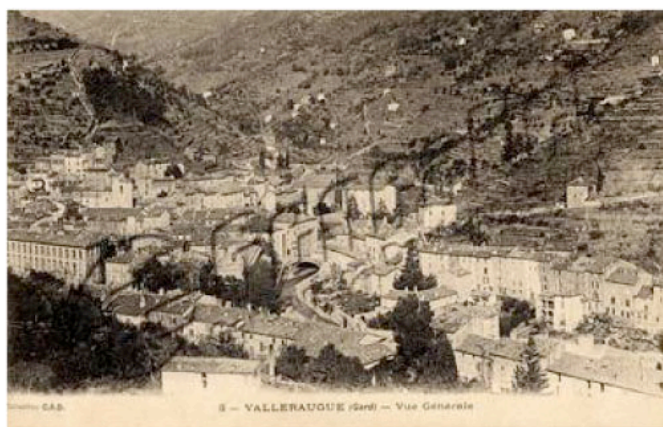
II - Etat de lieux du paysage du Massif de l'Aigoual

L'Aigoual est une terre occupée par l'Homme depuis des temps immémoriaux. L'occupation et l'implantation des hameaux a évolué durant les siècles avec le réchauffement progressif du climat et les techniques de construction.

- A titre d'exemple le village de Camprieu est assez récent. Autrefois le hameau était situé autour de l'église de Saint Sauveur des Pourcils et le plateau était réservé au pâturage des troupeaux et aux cultures. Cette implantation était liée aussi à la présence de sources. L'avènement des techniques modernes a permis la création de prises d'eau, de canalisations jusqu'aux fontaines du village moderne qui comptait pas moins de trois fontaines et un lavoir.
- Sur le Causse le problème de l'eau était un facteur limitant et imposait une architecture avec de grandes toitures pour capter l'eau dans des réservoirs et de lavognes pour abreuver les troupeaux.



- Sur les versants cévenols, la construction de terrasses a permis les cultures et une meilleure gestion de l'eau qui ruisselait sur les pentes érodées.



Le massif riche en minerais de plomb argentifère et de zinc a été exploité depuis l'antiquité avec une accélération au XVIII^e et XIV^e siècle, cette activité gourmande en bois ajoutée à la pratique de l'écobuage et à la pression énorme des transhumants entraîne la déforestation presque totale du massif jusqu'à une surface totale boisée inférieure à 2 000 hectares.

Les conséquences de cette déforestation sous le climat contrasté des Cévennes se font ressentir dans les vallées où les inondations sont catastrophiques en 1856 / 57 et 1861, les routes, moulins, filatures et maisons sont dévastées.

En 1863 l'idée d'un vaste plan de reboisement va être lancé afin de créer un vaste massif protecteur sur la montagne de l'Aigoual, il verra le jour en 1875. La création de la station expérimentale de météorologie forestière de l'Aigoual complètera le dispositif en 1887.

Georges Fabre le forestier demandera à un botaniste Charles Flahault de l'aider dans sa tâche, l'ensemble du reboisement prendra près de 40 ans.



Cette période est aussi celle de l'abandon progressif des grandes fermes des anciens domaines de l'Aigoual et du Lingas pour un rapprochement des habitants vers les hameaux.

Ces grands domaines étaient situés sur les drailles anciennes et abritaient parfois les voyageurs.

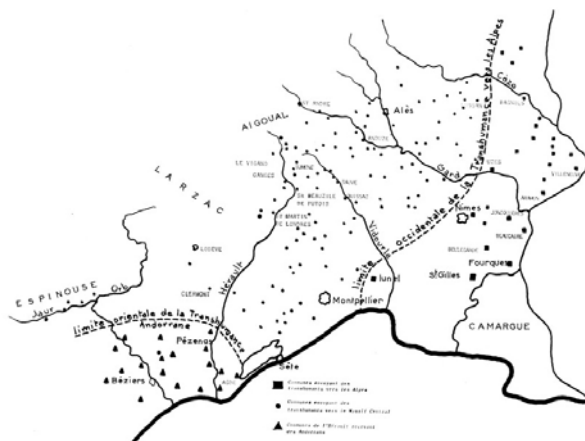
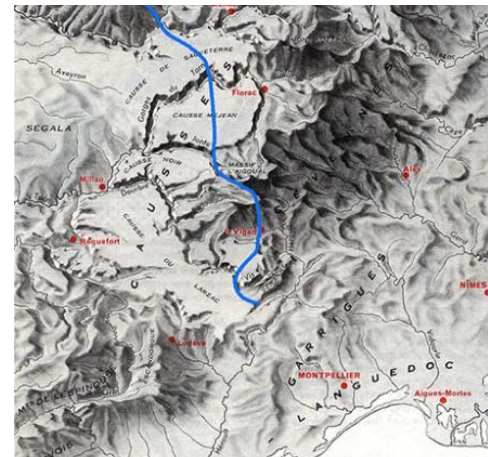


Fig. 1. — La transhumance languedocienne; sa localisation.



Lors du reboisement du massif la plupart de ces anciennes fermes furent achetées par l'Etat.

Le reboisement du massif va contribuer à son développement et à sa modernisation, par la création de routes, d'ouvrages, de génie civil, l'arrivée du réseau téléphonique et l'électrification.

Le massif est devenu un « laboratoire » botanique : dix arboretums ont vu le jour pour tester les variétés et espèces végétales en milieu naturel. Malheureusement il ne reste que quatre arboretums représentatifs du travail de Fabre et Flahault. La Foux, L'Hort de Dieu, Cazebonne et Saint Sauveur qui sont encore le lieu d'expérimentations et de récoltes pour les élèves des écoles forestières.



Aujourd'hui le massif est peu représentatif de son histoire originelle et l'on peut s'interroger sur la qualité de ses aménagements récents alors que les témoignages de ces diverses entités Cévenoles sont déliquescents.

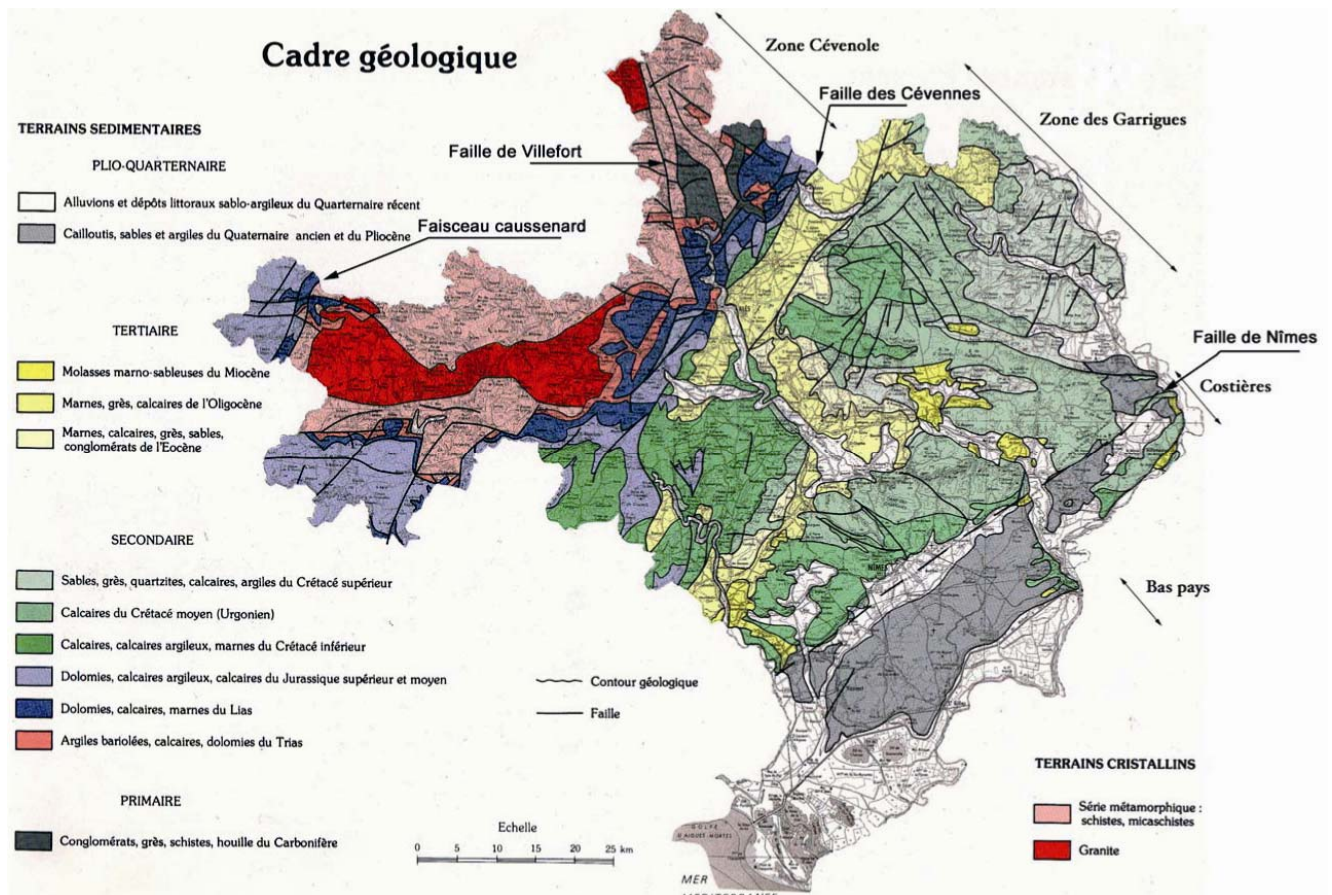


Les entités paysagères

Cette approche du paysage de l'Aigoual et sa compréhension passent obligatoirement par un rappel sur la géologie du Massif.

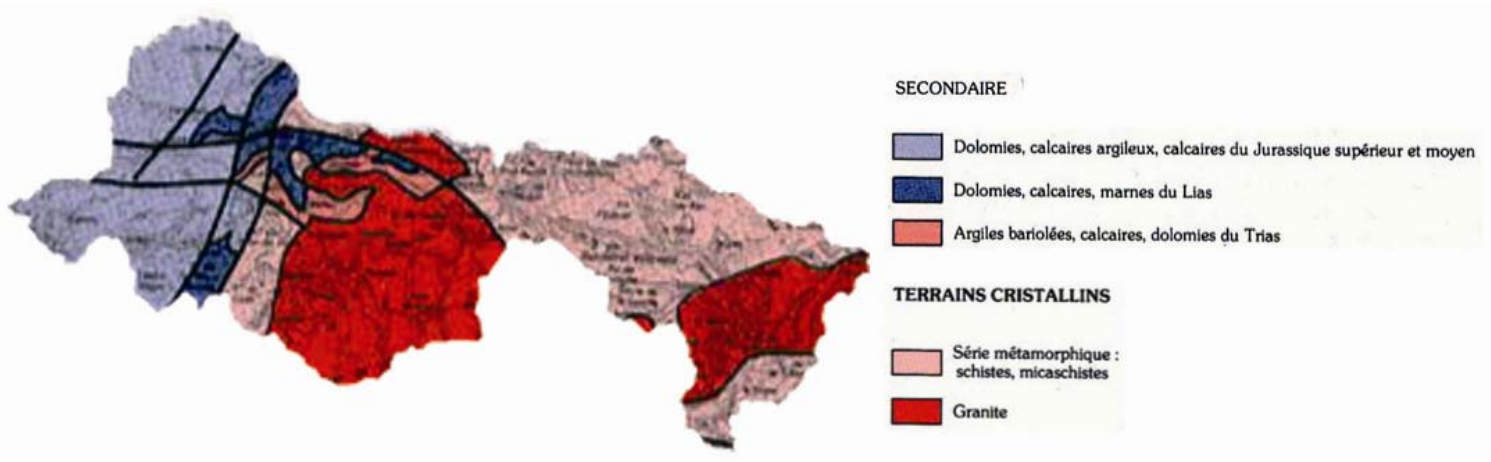
L'Aigoual est une zone complexe à l'articulation de différents faciès. Outre la qualité physico-chimique des sols du point de vue scientifique, ce qui nous intéresse ici en est leur traduction spatiale. A titre d'exemple, le socle géologique nous intéresse à plusieurs titres :

- dans la lecture, le fonctionnement et l'écoulement du réseau hydrographique

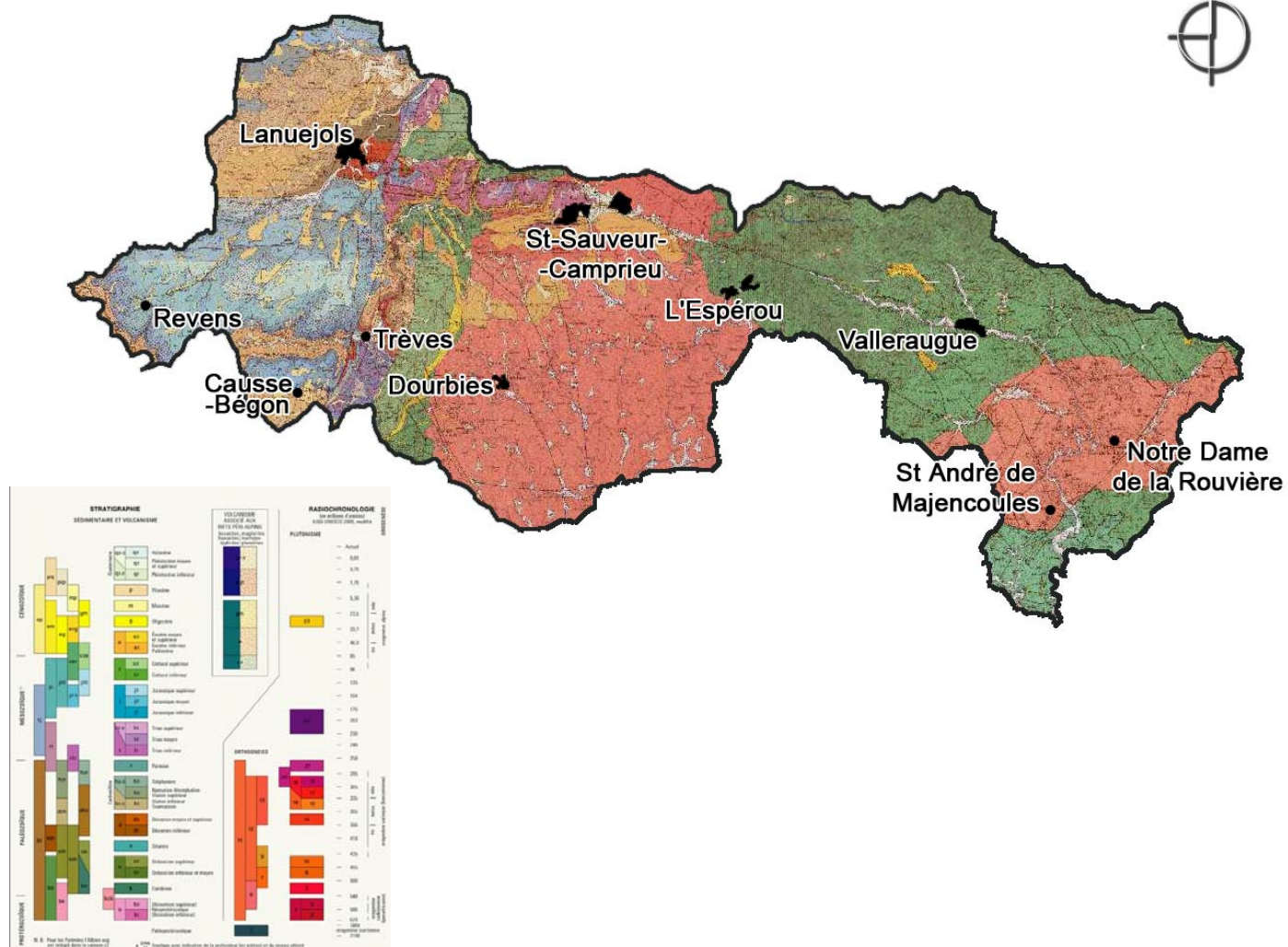


Carte géologique du département du Gard (document BRGM)

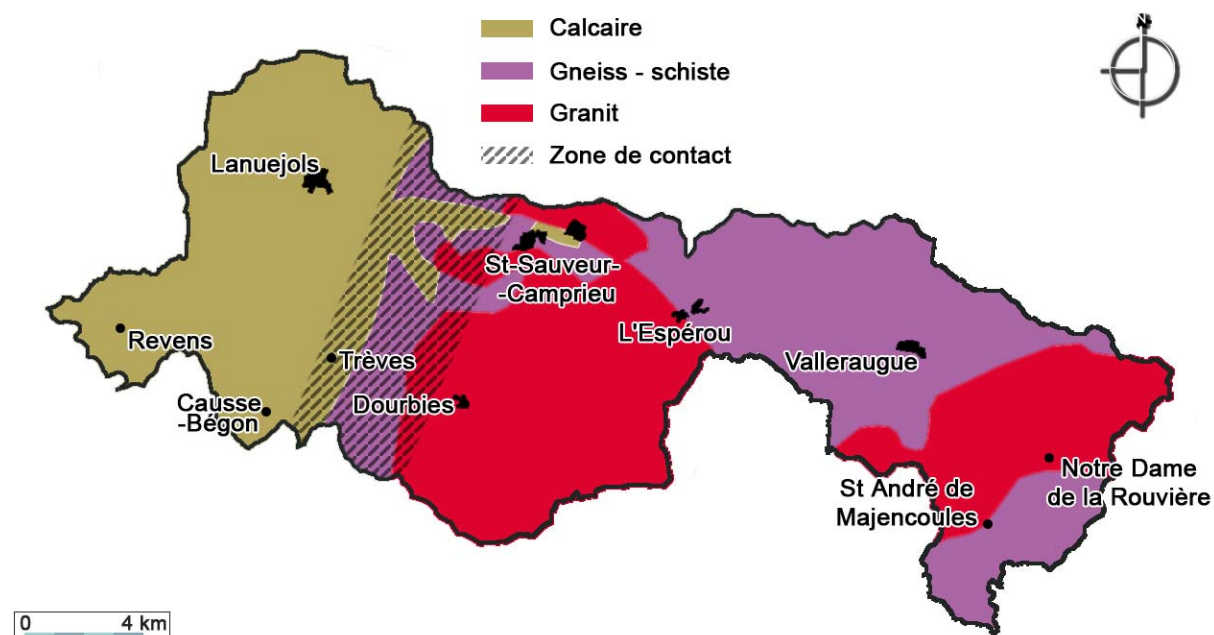
Recentré sur périmètre d'étude



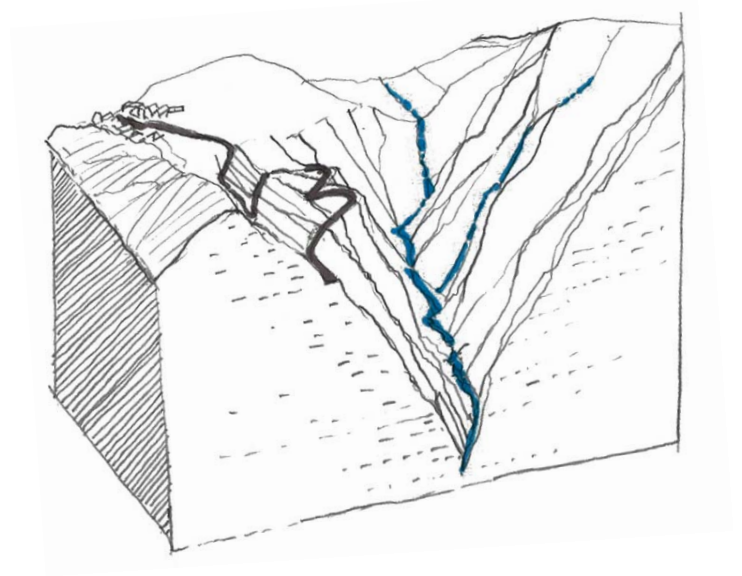
Carte géologique détaillée



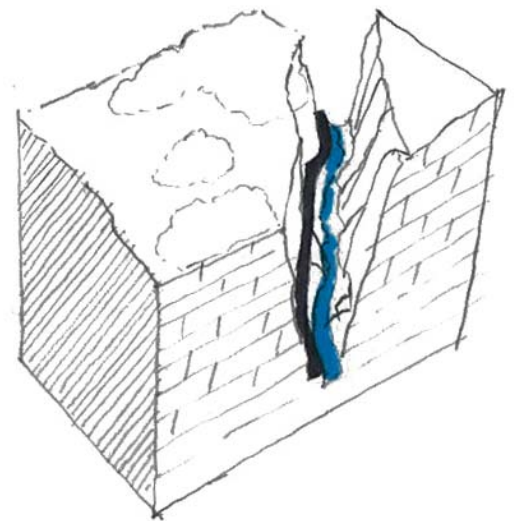
Carte des entités paysagères



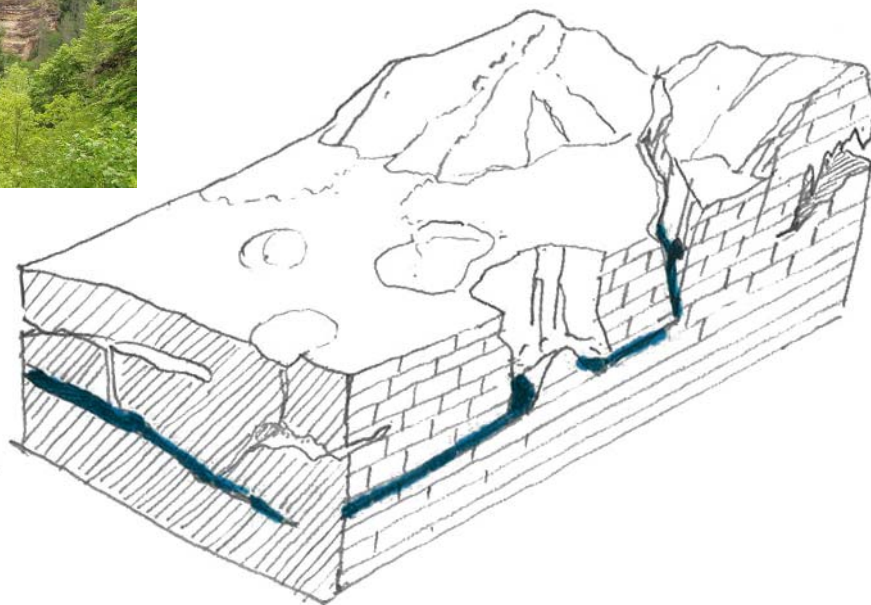
Est-il visible, affleurant sur granit et gneiss ?



A-t-il creusé une roche calcaire plus tendre et forme des gorges et canyons impressionnants ?

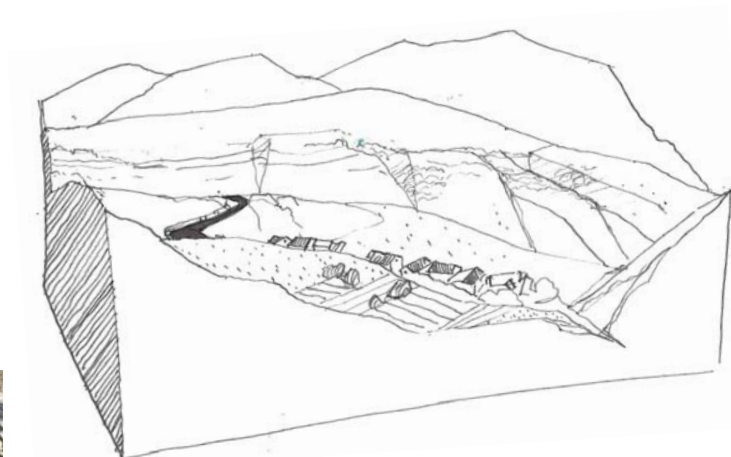


A-t-il infiltré un plateau karstique et créé un réseau de rivière souterrain unique, de galeries, de grottes, « d'Aven » et de gouffres ? Avec en surface les dolines, ouvala ou poljé qui sont l'expression des sols précurseurs des avens.



- Géologie et traduction architecturale

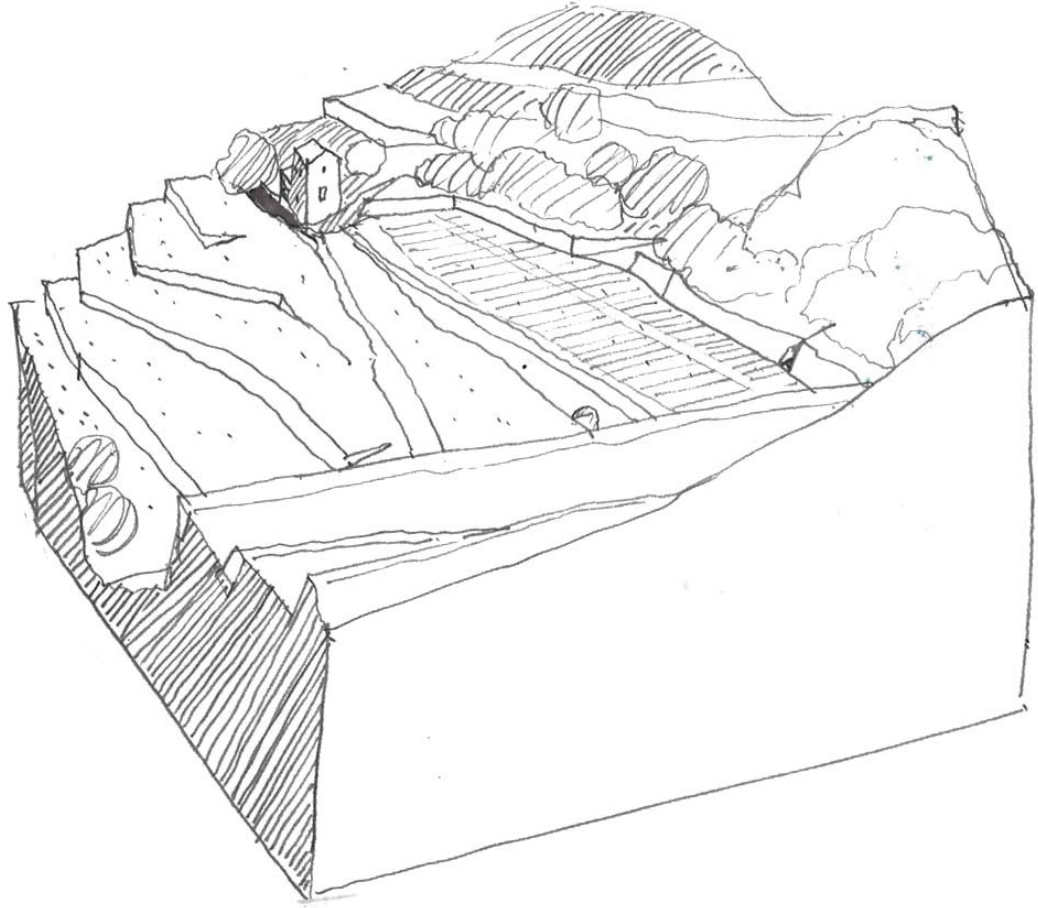
La géologie c'est le matériau de base pour la construction, le massif est un macro laboratoire des formes architecturales.



- **Géologie et culture :**

C'est aussi le travail quotidien des Hommes pour développer leur mode de culture.

- Causse :
- Terrasses : schiste et gneiss en zone métamorphiques / Calcaire
- Pâturage :



- **Géologie et couvert végétal**

Le massif a subi une évolution radicale en trois siècles passant d'un vaste boisement dense de feuillus et résineux, à une lande surpâturée et déboisée, à une forêt « cultivée » par l'Office National des Forêts après introduction de variétés productives nouvelles, au début du XXe siècle.



Le Massif forestier aujourd'hui

Le XXI^{ème} siècle sera celui d'un massif géré pour des raisons écologiques et environnementales, mais aussi énergétiques pour la production de biomasse et les ressources en eau dans le cadre d'un schéma régional de cohérence écologique.

La trame verte et bleue du Grenelle va définir les grands ensembles naturels reliés par corridors. Le massif de l'Aigoual s'inscrit pleinement dans cette démarche en étant à cheval sur la ligne de partage des eaux dans une cohérence inter régionale.

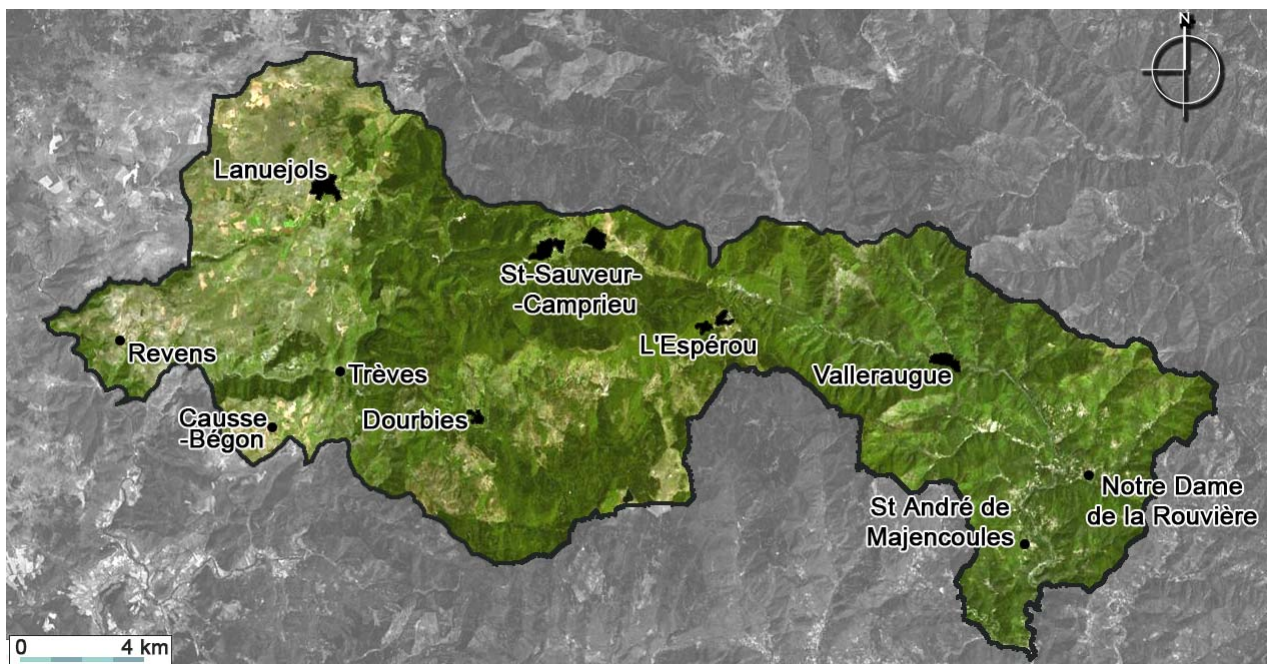
La trame verte et bleue (TVB) et l'agriculture seront aussi une composante de l'économie des paysages du massif. Aujourd'hui en déprise sur Camprieu, Dourbies, Trèves, on ressent des opportunités fortes sur Lanuejols pour son élevage ovin et la vallée de Valleraugue pour son AOC oignons doux. Revens et le Causse Bégon sont eux aussi dans une dynamique de maintien de l'activité agricole.

Le schéma régional de cohérence écologique (SCRE) et les opportunités de la TVB seront un outil de cadrage et l'aide à la décision pour les élus et les acteurs du milieu agricole pour accompagner les mutations d'une agriculture de demain.

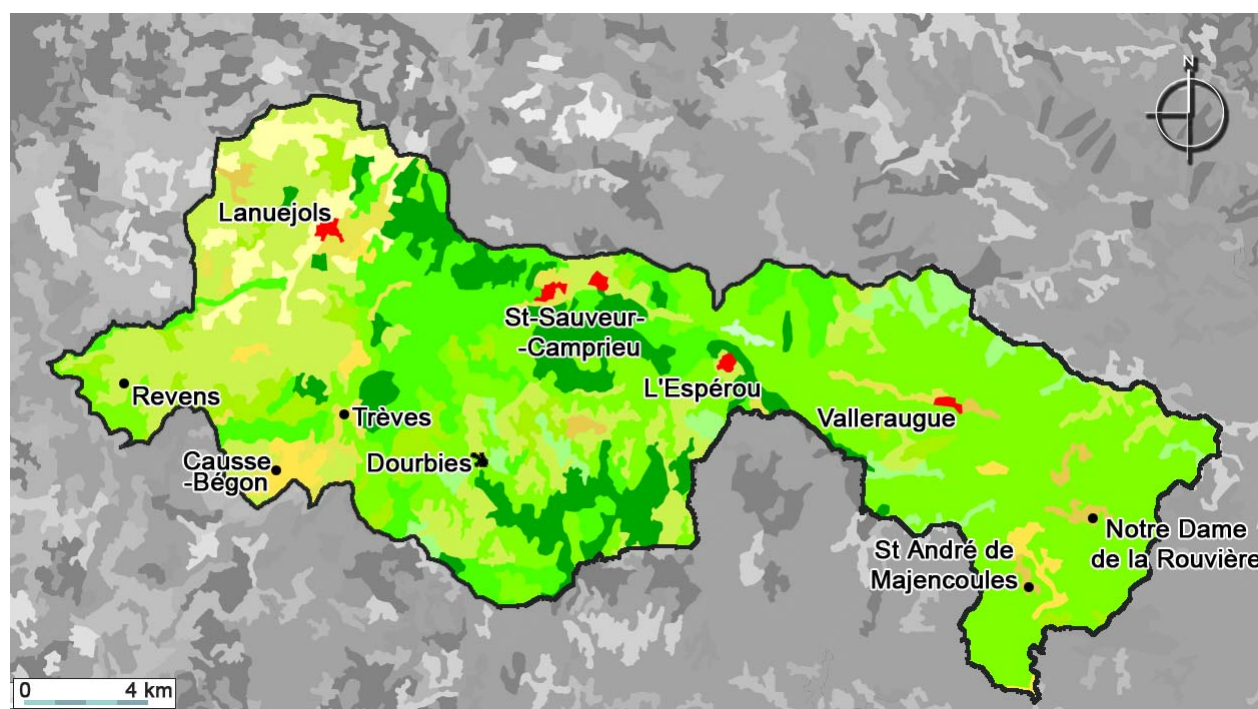
Carte Cassini



Couverture végétale contemporaine



Cartographie du couvert végétal



1. Territoires artificialisés

11. Zones urbanisées

111 Tissu urbain continu

Espaces structurés par des bâtiments. Les bâtiments, la voirie et les surfaces artificiellement recouvertes couvrent la quasi-totalité du sol. La végétation non linéaire et le sol nu sont exceptionnels

112 Tissu urbain discontinu

Espaces structurés par des bâtiments. Les bâtiments, la voirie et les surfaces artificiellement recouvertes coexistent avec des surfaces végétalisées et du sol nu, qui occupent de manière discontinue des surfaces non négligeables.

2. Territoires agricoles

21. Terres arables

211 Terres arables hors périmètres d'irrigation

Céréales, légumineuses de plein champ, cultures fourragères, plantes sardées et jachères. Y compris les cultures florales, forestières (pépinières) et légumières (maraichage) de plein champ, sous serre et sous plastique, ainsi que les plantes médicinales, aromatiques et condimentaires. Non compris les prairies.

212 Périmètres irrigués en permanence

Cultures irriguées en permanence ou périodiquement, grâce à une infrastructure permanente (canal d'irrigation). Une grande partie de ces cultures ne pourrait pas être cultivée sans l'apport artificiel d'eau. Non compris les surfaces irriguées occasionnellement.

213 Rizières

Surfaces aménagées pour la culture du riz. Terrains plats avec canaux d'irrigation. Surfaces régulièrement recouvertes d'eau.

221 Vignobles

Surfaces plantées de vignes.

222 Vergers et petits fruits

Parcelles plantées d'arbres fruitiers ou d'arbustes fruitiers : cultures pures ou mélange d'espèces fruitières, arbres fruitiers en association avec des surfaces toujours en herbe. Y compris les châtaigneraies et les noiseraies.

223 Oliveraies

Surfaces plantées d'oliviers, y compris oliviers et vignes sur la même parcelle.

23. Prairies

231 Prairies

Surfaces enherbées denses de composition floristique composées principalement de graminées, non incluses dans un assolement. Principalement pâturées, mais dont le fourrage peut être récolté mécaniquement. Y compris des zones avec haies (bocages).

24. Zones agricoles hétérogènes

241 Cultures annuelles associées aux cultures permanentes

Cultures temporaires (terres arables ou prairies) en association avec des cultures permanentes sur les mêmes parcelles.

242 Systèmes culturaux et parcellaires complexes

Juxtaposition de petites parcelles de cultures annuelles diversifiées, de prairies et / ou de cultures permanentes complexes.

243 Surfaces essentiellement agricoles, interrompues par des espaces naturels importants

Surfaces essentiellement agricoles, interrompues par de la végétation naturelle.

244 Territoires agro-forestiers

Cultures annuelles ou pâturages sous couvert arboré composé d'espèces forestières.

3. Forêts et milieux semi-naturels

31. Forêts

311 Forêts de feuillus

Formations végétales principalement constituées par des arbres, mais aussi par des buissons et arbustes, où dominent les espèces forestières feuillues.

312 Forêts de conifères

Formations végétales principalement constituées par des arbres, mais aussi par des buissons et arbustes, où dominent les espèces forestières de conifères.

313 Forêts mélangées

Formations végétales principalement constituées par des arbres, mais aussi par des buissons et arbustes, où ni les feuillus ni les conifères ne dominent.

32. Milieux à végétation arbustive et/ou herbacée

321 Pelouses et pâturages naturels

Herbages de faible productivité. Souvent situés dans des zones accidentées. Peuvent comporter des surfaces rocheuses, des ronces et des broussailles.

322 Landes et broussailles

Formations végétales basses et fermées, composées principalement de buissons, d'arbustes et de plantes herbacées (bruyères, ronces, genêts, ajoncs, cytises, etc.).

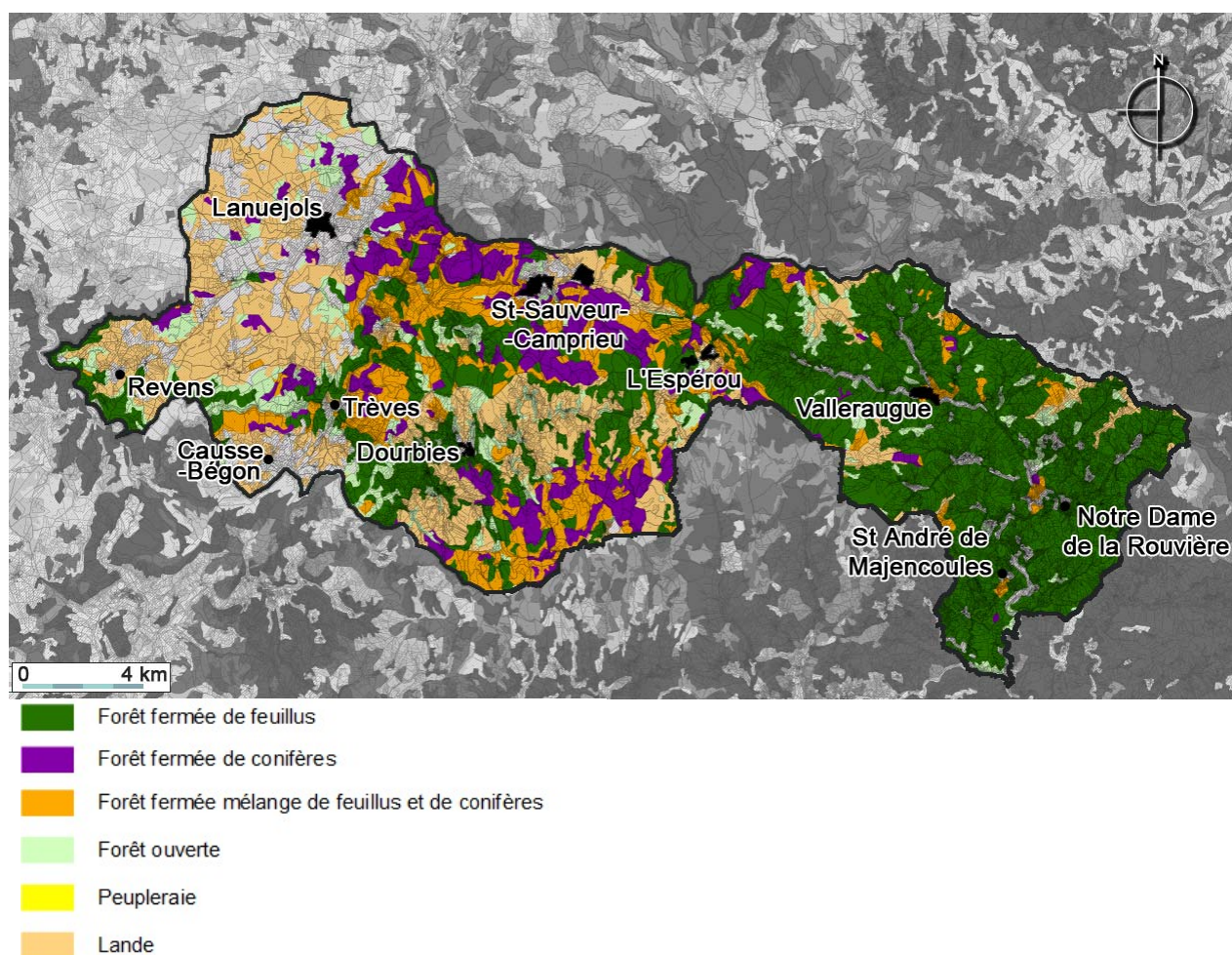
323 Végétation sclérophylle

Végétation arbustive persistante, aux feuilles relativement petites, coriaces et épaisses. Y compris maquis et garrigues. Maquis: associations végétales denses composées de nombreux arbrisseaux qui couvrent les terrains siliceux acides en milieu méditerranéen. Garrigues: associations buissonnantes discontinues des plateaux calcaires méditerranéens. Elles sont souvent composées de chênes kermès, d'arbusiers, de lavande, de thym et de cistes blancs. Quelques arbres isolés peuvent être présents.

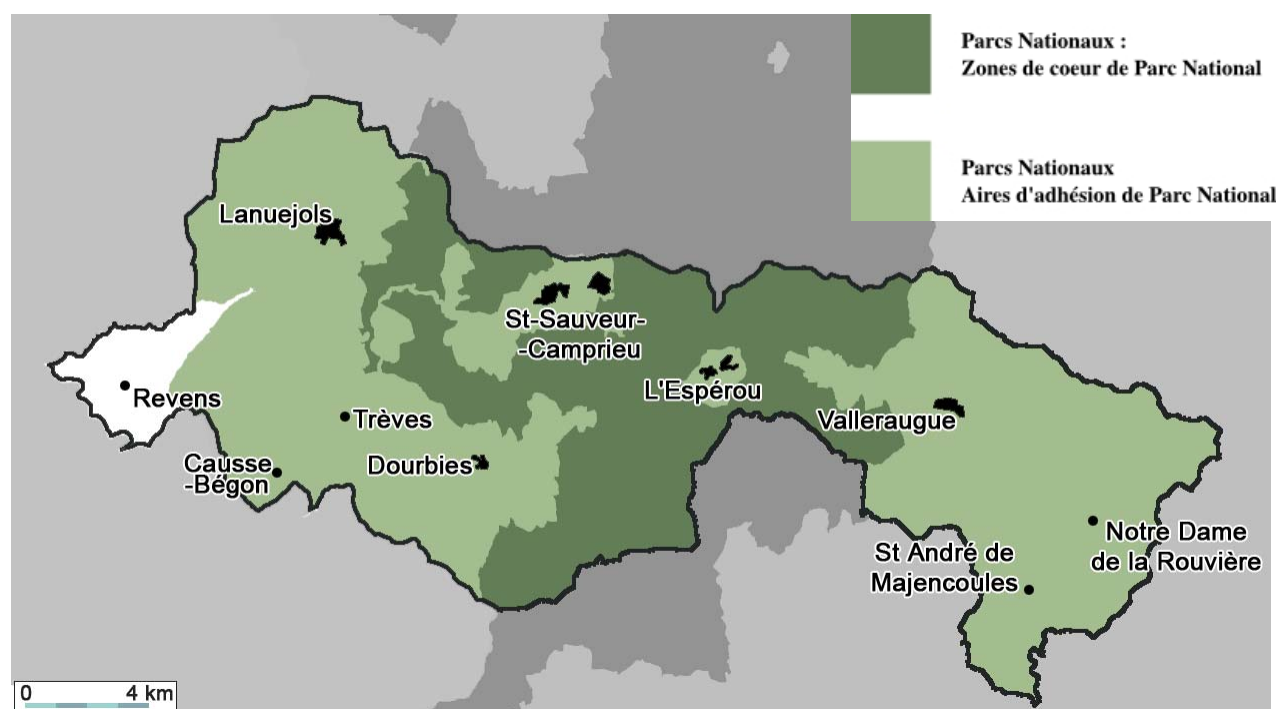
324 Forêt et végétation arbustive en mutation

Végétation arbustive ou herbacée avec arbres épars. Formations pouvant résulter de la dégradation de la forêt ou d'une re-colonisation / régénération par la forêt.

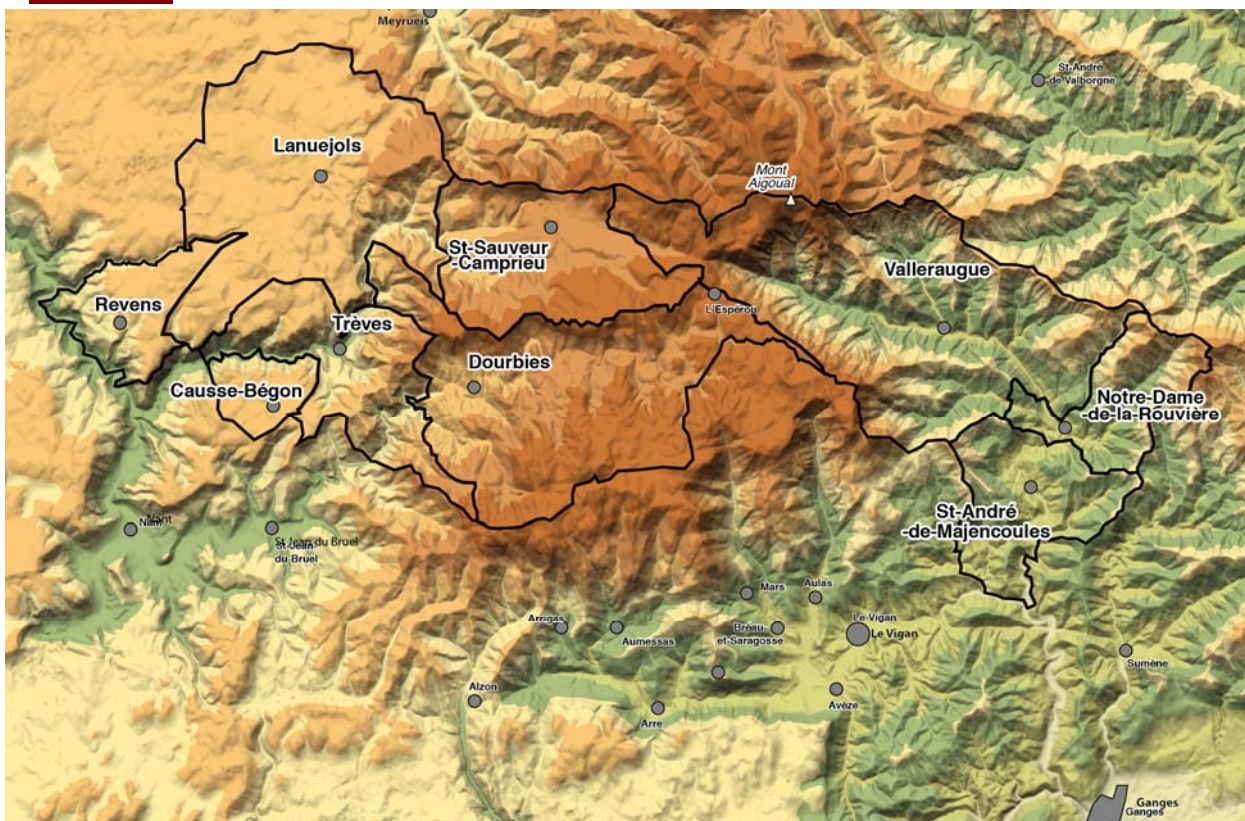
Les forêts



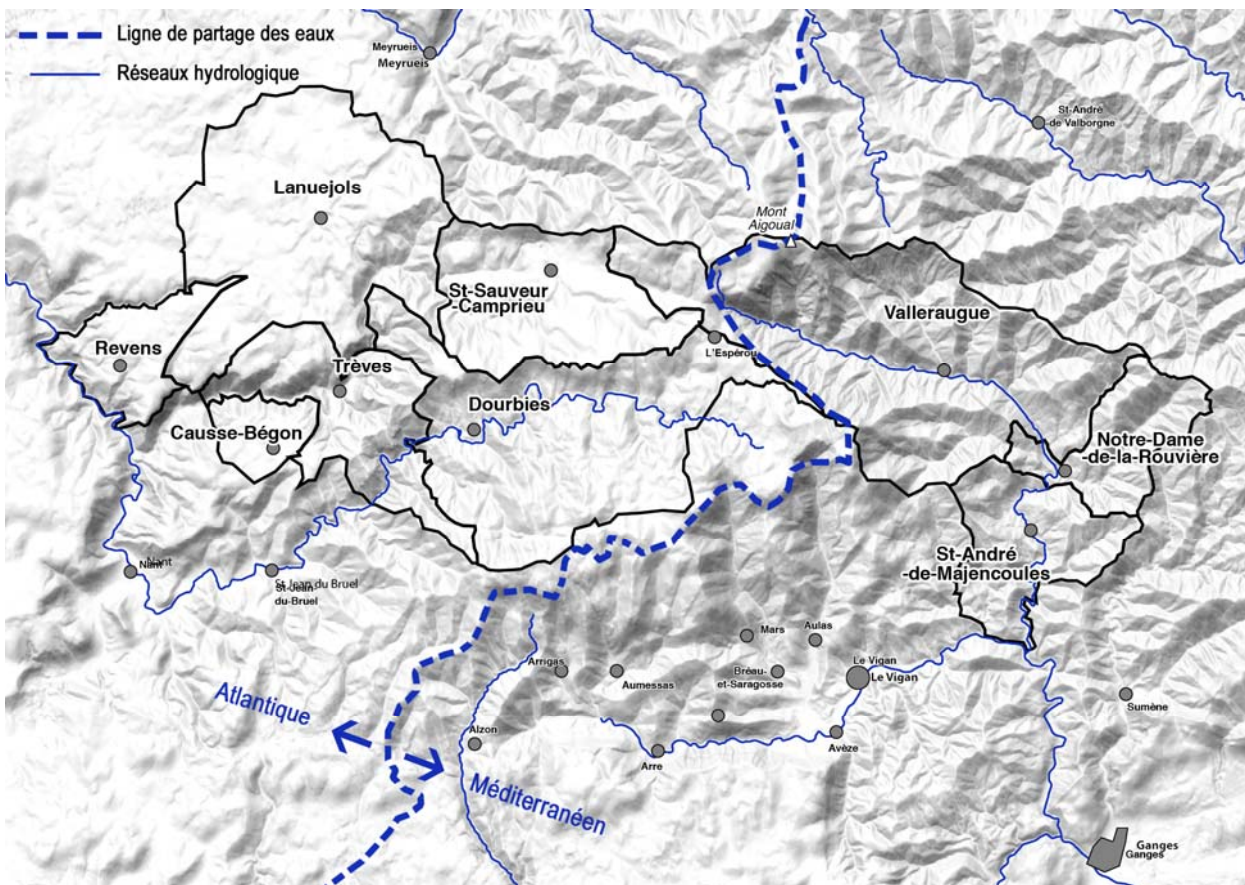
Limite du Parc National des Cévennes dans l'aire d'étude



Le relief



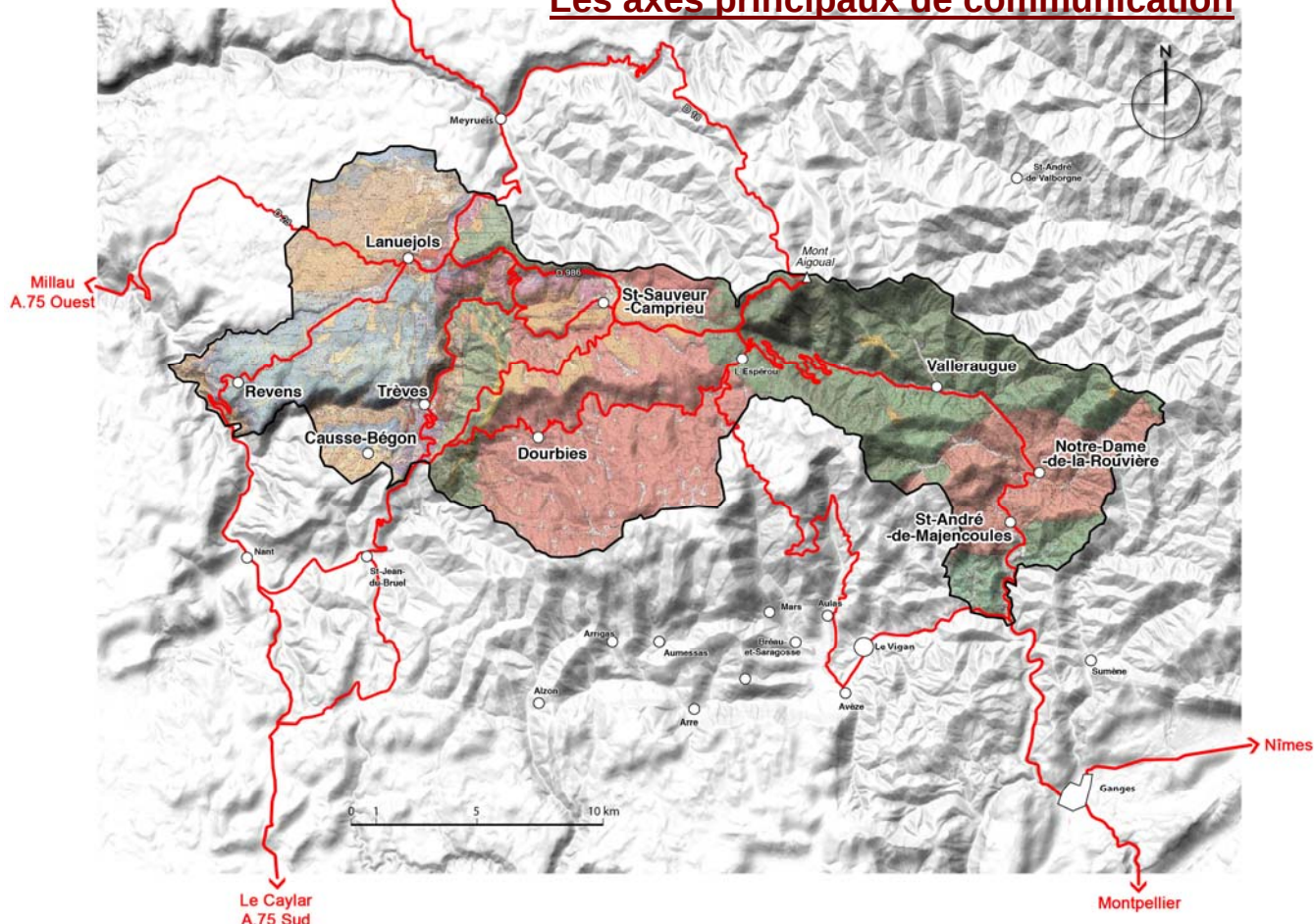
L'hydrologie et ligne de partage des eaux



Découverte du massif de l'Aigoual

La Canourgue Banassac
Massif Central / A.75 Nord

Les axes principaux de communication



Le territoire du Massif de l'Aigoual est accessible par 4 itinéraires principaux ;

- au Nord depuis l'A75, la Canourgue : 91 Kms
- à l'Ouest, Millau et l'A75 : 56 Kms
- au Sud, le Caylar et l'A75 : 66 Kms
- Montpellier : 85 Kms. Et Nîmes : 100 Kms

Ce qui en fait un site de convergence.

Ces itinéraires offrent tous une diversité paysagère variée. Le Mont Aigoual est le point mythique et emblématique repérable de très loin par sa silhouette (et les deux pylônes de télécommunication).

En hiver le capuchon de neige le rend encore plus visible. Aujourd'hui c'est un haut lieu du tourisme Gardois. La fréquentation est liée à son statut de belvédère sur le grand paysage, à sa fraîcheur estivale et aux activités de plein air ou de découverte du massif.

Tous ces itinéraires confondus, cette cartographie a pour vocation d'afficher et d'analyser les spécificités d'un paysage ; de hiérarchiser et d'en déterminer les enjeux. Avant de suivre chacun des 4 itinéraires principaux, les sujets, les lieux, les enjeux doivent être déterminés.



· Lieux emblématiques : particularité du paysage naturel ou bâtis pittoresques ou extraordinaires



· Lieux patrimoniaux : éléments du paysage de premier plan à caractère pittoresque, vernaculaire

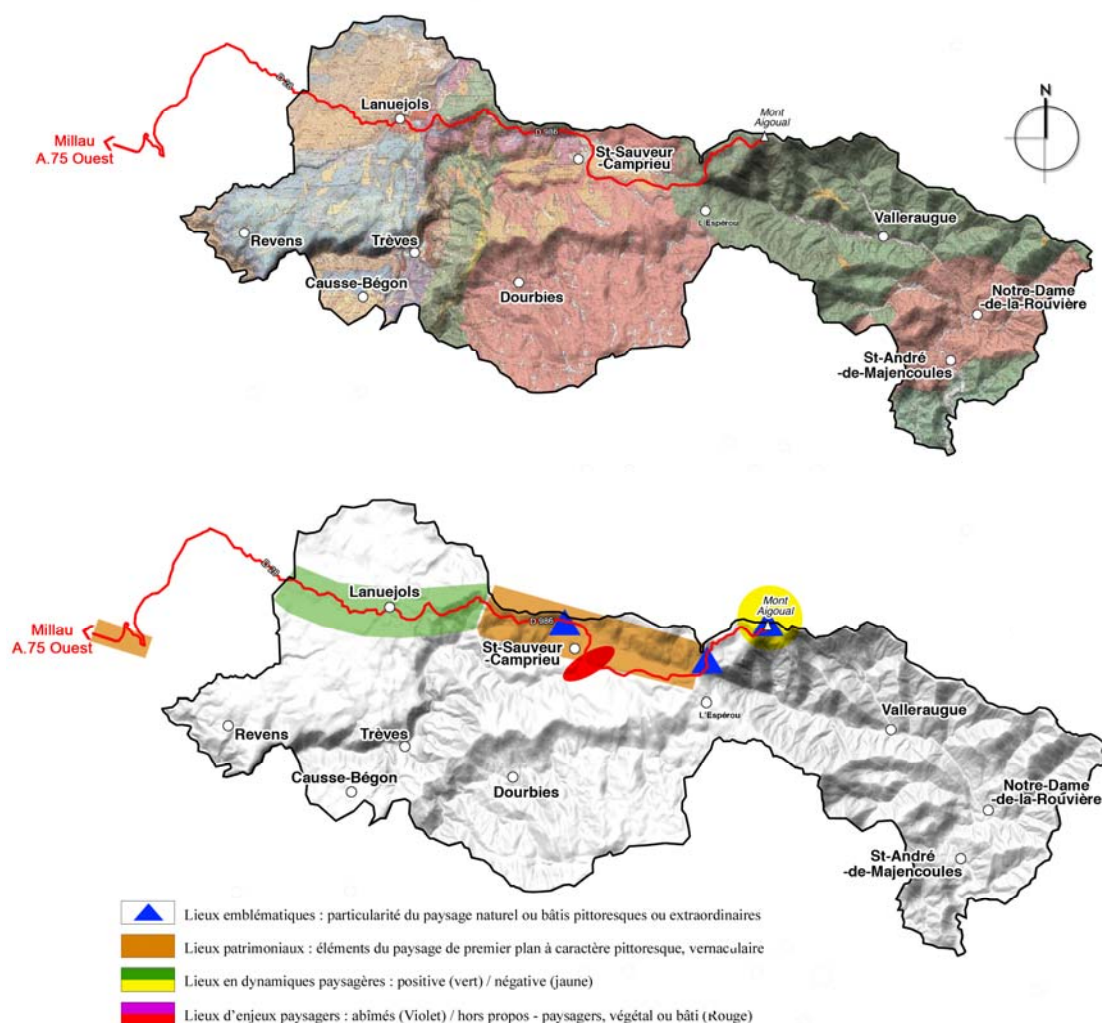


· Lieux en dynamiques paysagères : positive / négative



· Lieux d'enjeux paysagers : abîmés / hors propos (paysagers, végétal ou bâti)

A75 Nord / Millau / Aigoual



■ Itinéraire et découverte

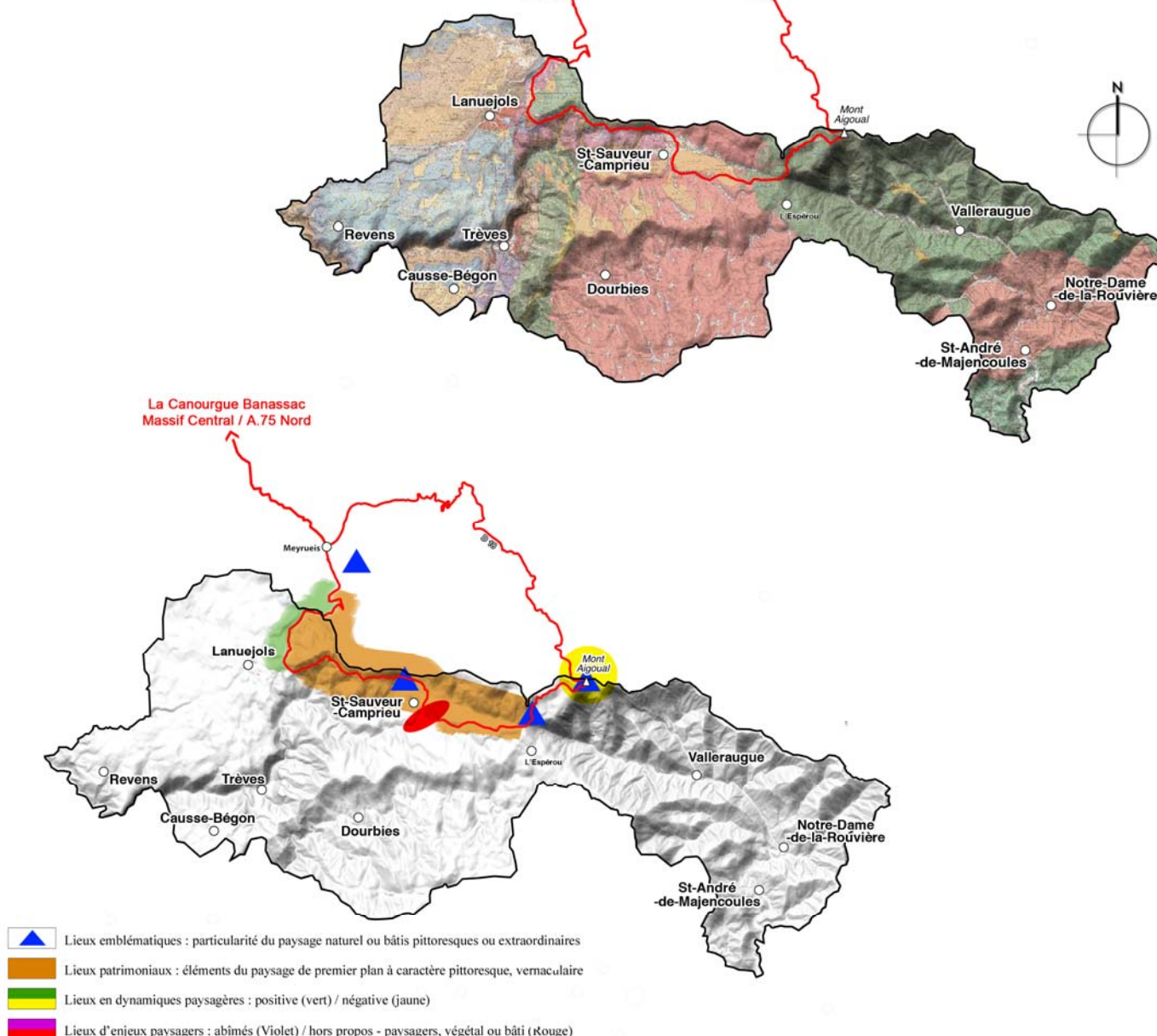
- Viaduc
- La ville du gant ; activités sportives, vol à voile...
- La vallée de la Dourbies, rivière, activités de la pleine nature (RD 991).
- RD 41 ; Falaises et hameaux de St Veran et Montméjean.
- RD 29 ; le Causse Noir, paysage ouvert parcours à moutons, grandes fermes.
- Après Lanuéjols la forêt domaniale (arboretum de la Foux et St Sauveur) RD 986. L'abîme de Bramabiau en bordure du Causse de Camprieu.
- Montée de l'Aigoual. Col de la Serreyrède, ligne de partage des eaux, anciennes auberges et maison forestière, belvédère sur les vallées.
- Col de Prat Peyrot, station de ski Alpin et Nordique, arboretum de l'Hort de Dieu

■ Entités paysagères : 5

■ Faciès géologiques : 4

L'ensemble de l'itinéraire est très fréquenté, la route est variable dans ses largeurs à cheval sur deux départements. Elle révèle un territoire diversifié sans réelle fausse note. La ville de Millau capte une partie de la population de Lanuejols, Meyrueis, Camprieu, Revens, Trèves pour les services et la chalandise.

A75 Nord / Banassac / La Canourgue / Meyrueis / Aigoual



■ Itinéraire et découverte

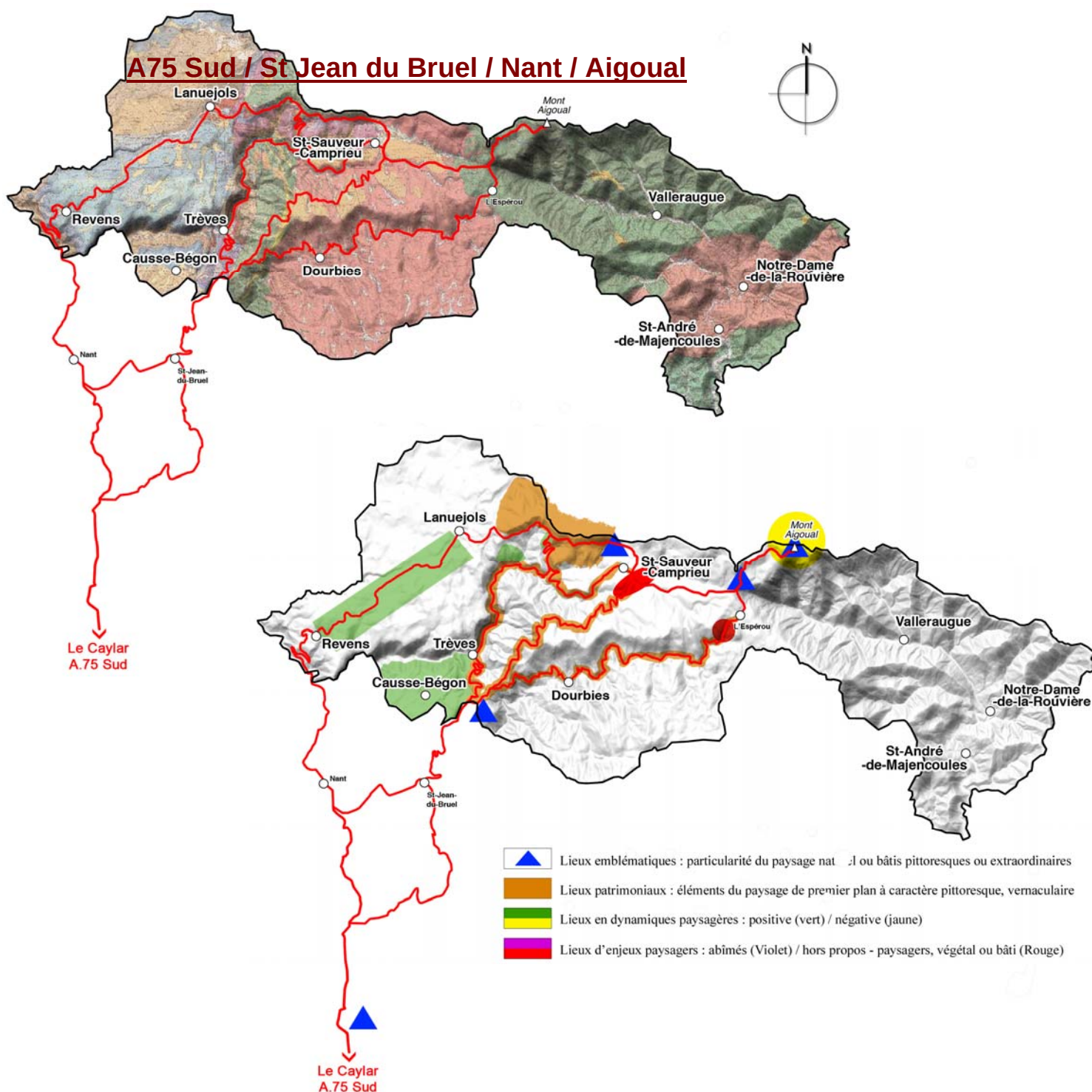
Montée sur le Causse de Sauveterre par la Vallée de L'Urugne, descente dans le canyon des gorges du Tarn à St-Enimie, remontée par la RD 986 sur le versant Nord dans la forêt domaniale des gorges du Tarn. RD 986 traversée du Causse Méjean. Meyrueis dans le creux de la vallée de la Jonte, du Béthuzon et de la Brèze. Remontée sur le Bout de Côte dans la forêt domaniale de Roquedols. RD 986 jusqu'au Mont Aigoual par le même itinéraire à partir de Lanuéjols.

- Entités paysagères : 4
- Faciès géologiques : 4

Route très touristique avec les villes de St Enimie et Meyrueis, les nombreux sites géologiques, les sites naturels, le belvédère des Vautours, les chevaux de Przewalski...

Cet itinéraire très riche participe à la découverte du massif élargi. La route ne présente pas de fausse note majeure.

A75 Sud / St Jean du Bruel / Nant / Aigoual



■ Itinéraire et découverte

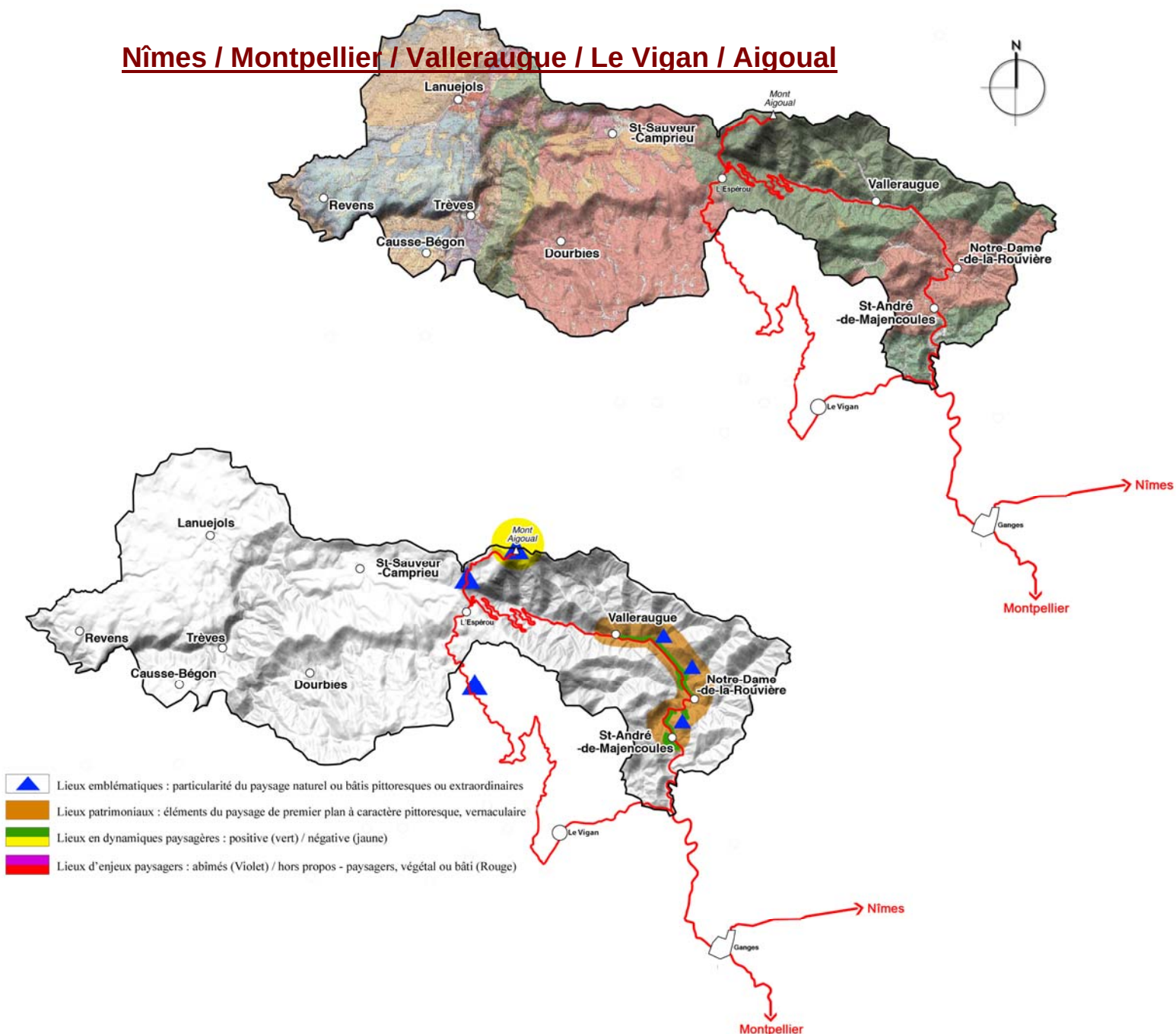
A la sortie de l'A75, direction la Couvertoirade par la D.55, traversée du Larzac vers le Nord, au carrefour de l'ancien garde barrière deux possibilités :

- soit direction Nant, Vallée de la Dourbies, Revens, Lanuéjols, Camprieu, Col de la Serreyrède.
- soit direction Saucières, St Jean du Bruel, le Causse Bégon, vallée du Trèvezel Camprieu ou route du Suquet D710 dans la forêt domaniale, soit vallée de la Dourbies jusqu'à l'Espérou.

- Entités paysagères : 5
- Faciès géologiques : 4

L'accès Sud du Massif est lui aussi d'une diversité exceptionnelle avec une particularité dans la vallée du Trèvezel avec les traces des anciens sites miniers, la Mouline, Villemagne...

Nîmes / Montpellier / Valleraugue / Le Vigan / Aigoual



■ Itinéraire et découverte

C'est l'itinéraire d'accès le plus conséquent ; liaison majeure entre la plaine, la Lozère et l'Aveyron. C'est l'accès principal des échanges Montagne / Plaine :

Activités, services, écoles universités, pratique des sports d'hiver, résidences secondaires de week-end et de vacances multipliant les trajets.

La D 986 dans la vallée de Valleraugue est la route la mieux aménagée dans son gabarit, la D 48 qui passe au Vigan est une route avec un profil en long agréable, elle permet de plus vastes échappées visuelles que la D986 qui colle au fond de la vallée de l'Hérault avant de montée sur l'Espérou.

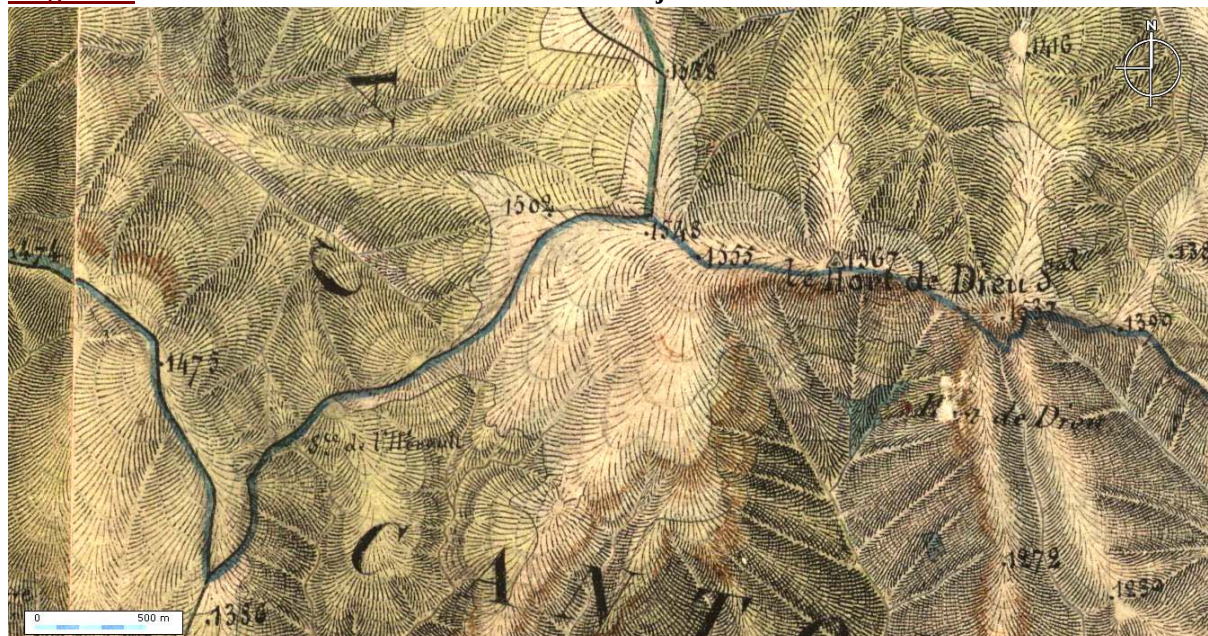
- Entités paysagères : 5
- Faciès géologiques : 2

Cet itinéraire nous met dans une situation particulière par rapport au Mont Aigoual qui domine de sa masse rocheuse la vallée dans son ensemble. On découvre le sommet peu à peu dans des variations de couleurs. Le tracé de la route est impactant par endroit et se lit depuis le sommet.

Aigoual / Prat Peyrot - Le sommet

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900



Sur les cartes anciennes, la toponymie l'Aigoual n'est pas indiquée sur le sommet, mais on peut y lire l'Hort de Dieu (le Jardin de Dieu). Le paysage du sommet a évolué avec les siècles. Son aspect actuel est dû aux travaux de boisement du 19eme avec des essais de plantation de pin à crochet (*Pinus uncinata*) plantés pour régénérer les terres acides avec une technique particulière par semis de graines sur la neige. Avec les reboisements et la construction de l'observatoire les routes d'accès ont scarifiées le paysage.

L'ancienne draille qui passait par le sommet est à peine visible.

L'observatoire est un point focal majeur du grand paysage, les D269/118/18 permettent un accès direct et rapide jusqu'au pied de l'observatoire, le banalisant par ce fait.

L'entité Mt Aigoual est devenu un lieu de grande consommation touristique avec le cortège des équipements ; parking, signalétiques hétérogènes, mobiliers... le stationnement est particulièrement impactant pour le sommet avec des pollutions induites, des éclats lumineux sur les carrosseries visibles de très loin et un premier plan paupérisant pour les prises de vues en premier plan du grand paysage.

Aujourd'hui



Photos



Aigoual / Prat Peyrot - La station

300 jours par an, le parking et la route sont les éléments les plus forts du paysage de Prat Peyrot. Latéralement à la chaussée, les équipements liés à la station encadrent le col. Les bâtiments accusent le poids des ans, les aires proches sont érodées et râpées, les gazons naturels ont du mal à recoloniser les abords et les bas de pistes de ski. En hiver, le parking peut être saturé quelques jours par an, mais il est bien souvent surdimensionné, en revanche son fonctionnement est anarchique et les flux piétons sur chaussée dangereux tout en ralentissant les flux de circulation.

Pistes de travail :

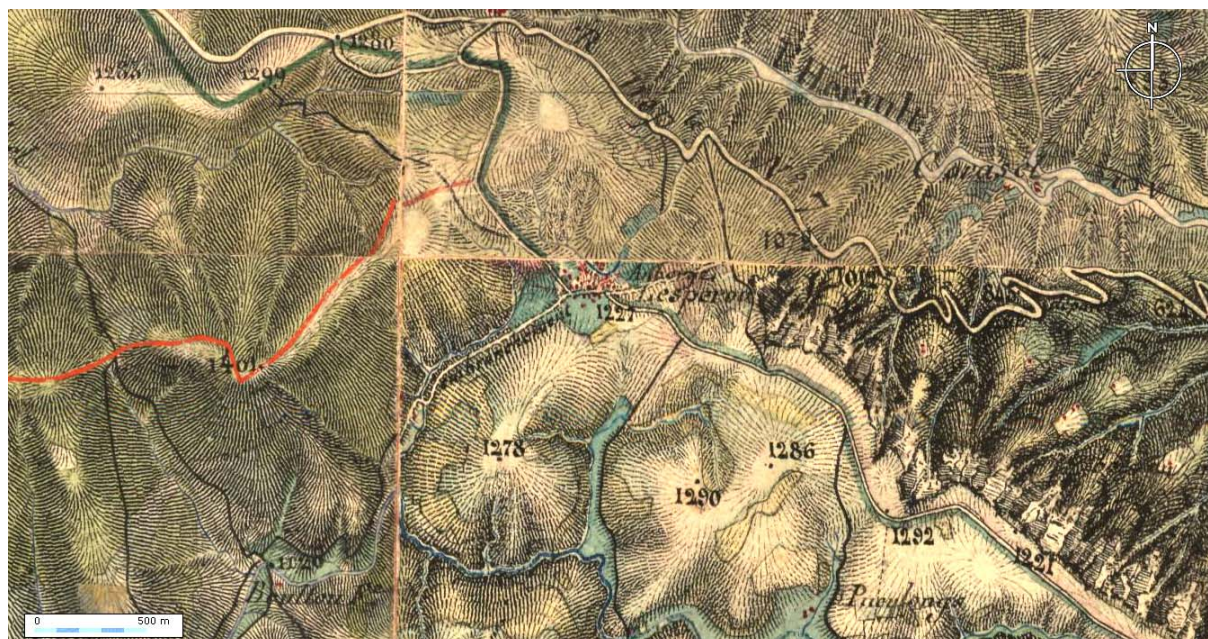
- **redonner un statut « montagne mythique » au sommet**
- **définir une stratégie d'amélioration des voies et abords par du génie végétal (talus, glissements de terrains, zone de dépôt etc...)**
- **imaginer de nouvelles pratiques pour faire fonctionner les équipements de la station sur les périodes printemps/été**
- **charte graphique et signalétique**



L'Espérou

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900



Les pistes et drailles anciennes passaient dans ou sous le village à flanc de montagne ce qui en faisait un carrefour avant la montée vers le col de la Serreyrède. L'évolution du village était assez maîtrisée autour du carrefour central et du vieux centre.

Chronologiquement dans les années 1950 / 1960 / 2000 une première extension des constructions (résidences secondaires) s'est développée à l'Ouest du centre bourg sans incidences visuelles. La végétation participe à cet intégration. Aujourd'hui un premier lotissement s'est développé sur la butte face au village et un second est en attente avec pour le coup une relation directe avec le Mont Aigoual.

Piste de travail :

- charte graphique et signalétique,
- réflexion sur le développement urbain et enjeux liés au tourisme.

Aujourd'hui



Photos



Vallée de Valleraugue

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900



La vallée est constituée d'une mosaïque de paysages qui s'articulent autour des hameaux et des villages. Généralement l'implantation et l'orientation du bâti est située sur le versant Sud à l'adret des montagnes, mais le lit de l'Hérault capricieux ne laisse pas toujours la place des cultures et du bâti dans ce cas là l'implantation se fait à l'ubac.

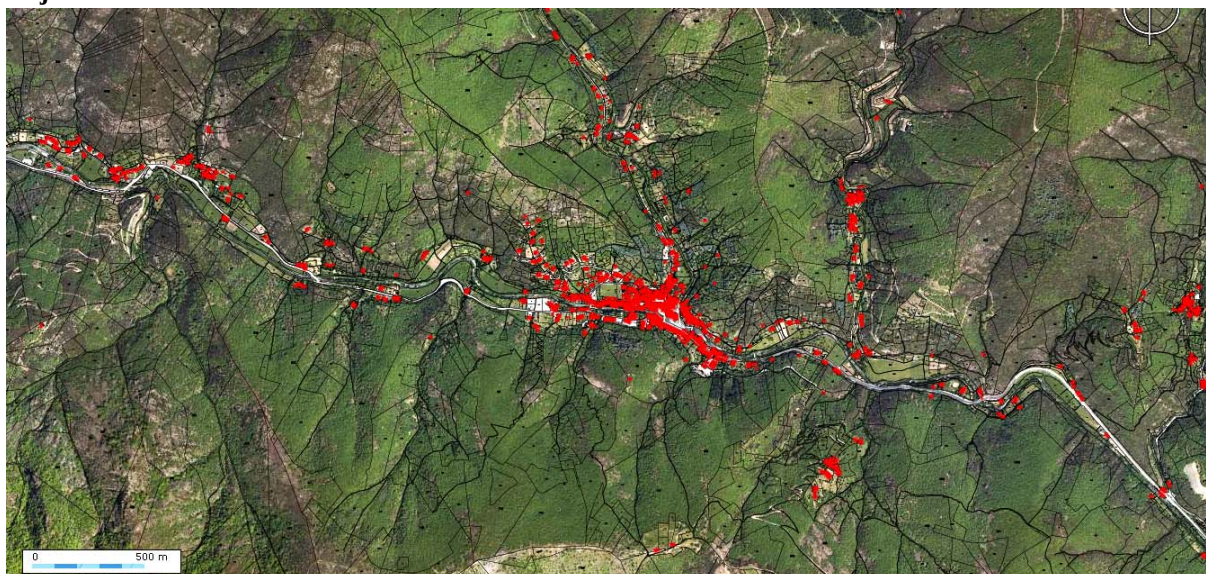
On a un ressenti de majesté et d'équilibre associé à un savoir faire ancestral lorsqu'on circule sur la D 986. Les cultures en terrasses, les vestiges de l'industrie de la sériciculture, le travail du génie de l'eau, les paysages vernaculaires sont autant d'atouts pour la vallée.

Aujourd'hui peu de fausses notes urbaines ou paysagères, au contraire l'essor et le renouveau des cultures de l'oignon doux, des vergers redonne un bel essor à la vie locale.

Pistes de travail :

- charte graphique et signalétique,
- confortement de l'agro-tourisme, amélioration des connexions avec le massif (pistes équestres, chemins de grandes randonnées).

Aujourd'hui



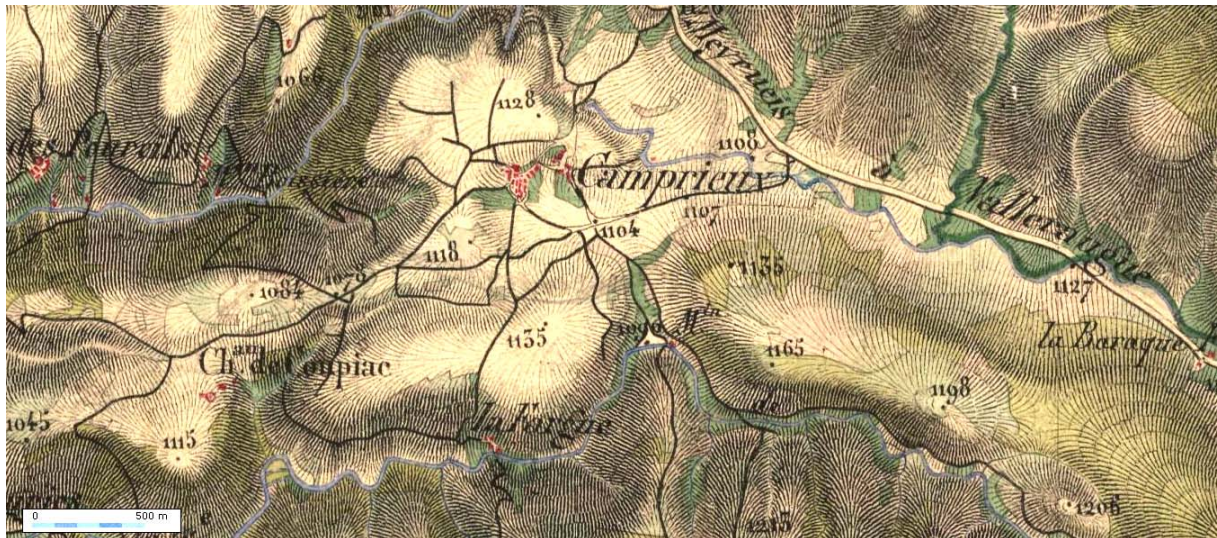
Photos



Camprieu Saint-Sauveur

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900



Petit hameau au 19^{ème}, adossé à une rupture de terrain sur le petit causse karstique creusé par le Bonheur, le village est devenu aujourd'hui un village éclaté en trois entités principales ;

- le vieux village
- le lotissement du Favilhon
- le lotissement du Devois

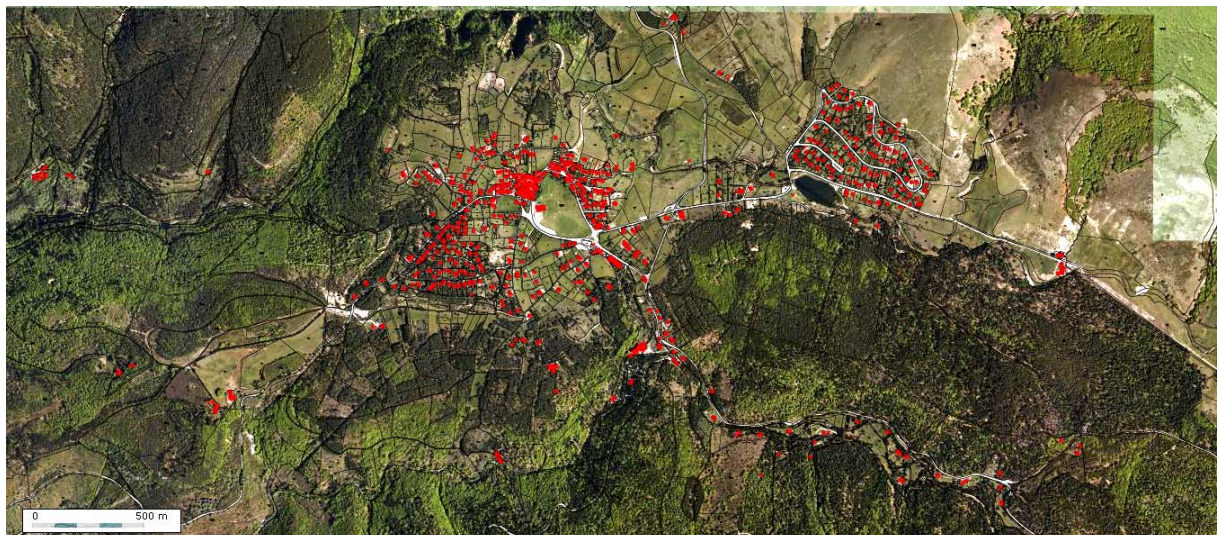
A ces trois entités il faut rajouter un mitage autour du village et dans la vallée du Trévezel.

Les hameaux et les épars sont quant à eux préservés de cette gabegie spatiale et architecturale et leur garde aujourd'hui une belle qualité paysagère.

Pistes de travail :

- charte graphique et signalétique,
- développer l'agro-tourisme (visites d'exploitations et d'élevages, randonnées équestres)
- réflexion sur le développement urbain
- garder les paysages ouverts par le pacage et les prairies de fauche
- axer et développer un tourisme éco environnemental.

Aujourd'hui



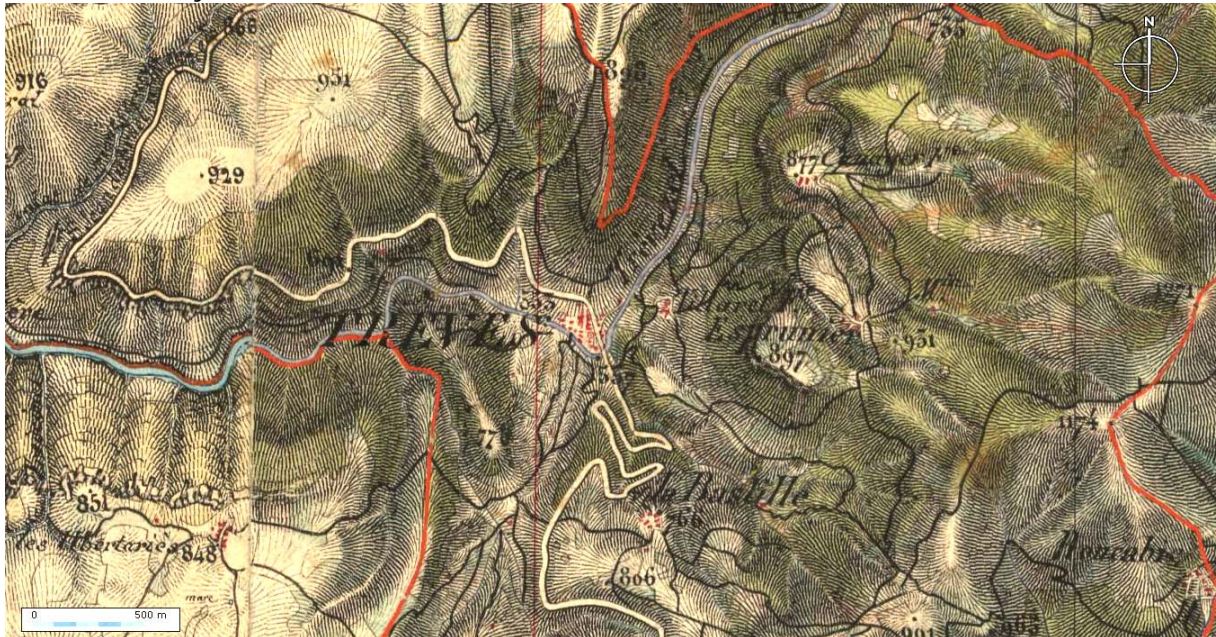
Photos



Trèves

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900



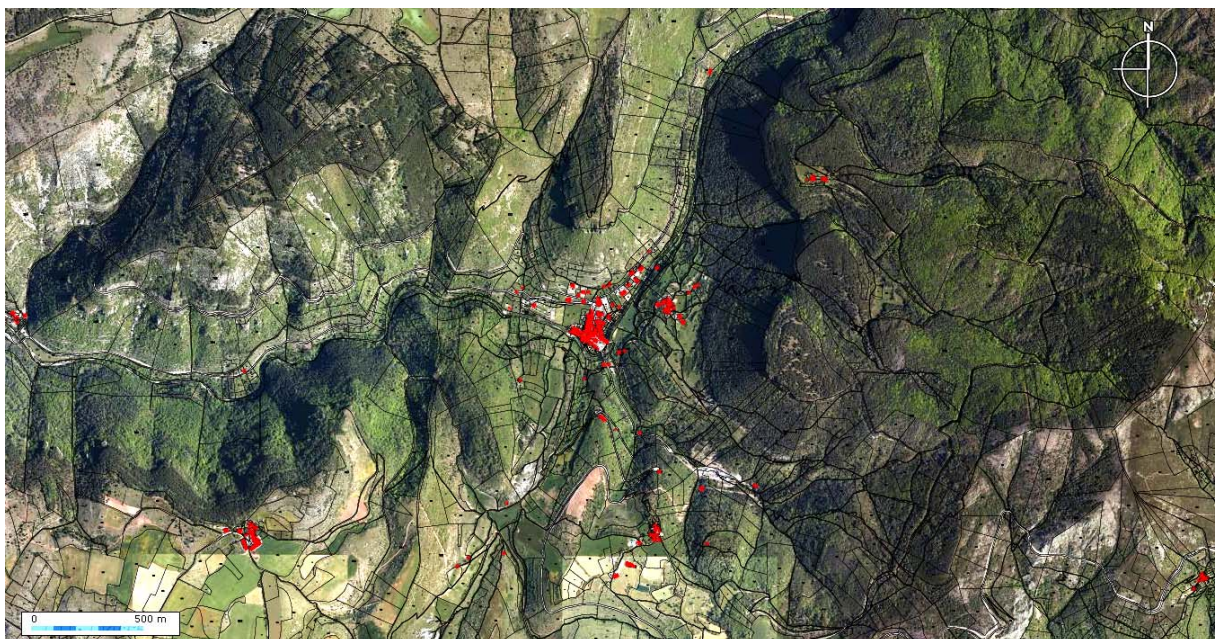
Très beau village en fond de Vallée du Trévezelle, chef lieu de Canton il est resté dans son enveloppe originelle à quelques maisons près. Le climat y est plus doux que sur le plateau : des très belles terrasses sont encore visibles sur le Versant Sud.

La route qui emprunte la vallée est très pittoresque aussi bien dans le fond des gorges du Trévezelle que sur les accès au plateau.

Piste de travail :

- charte graphique et signalétique,
- enjeux liés à un tourisme éco environnemental (produits du terroir, accueil...).

Aujourd'hui



Photos



Lanuéjols

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900



Village agricole adossé au relief, il présente une évolution maîtrisée et très dynamique. Le maintien d'une agriculture de qualité garde le paysage ouvert avec ses caractéristiques Caussenardes. En revanche cette agriculture moderne demande de plus grands bâtiments d'exploitation.

A noter l'attrait certain de la ferme de Randals Bison qui tout en préservant la dimension agricole, offre un plus touristique.

Piste de travail :

- charte graphique et signalétique,
- amélioration architecturale des bâtiments agricole, promotion d'initiatives éco environnementale autour de la bio énergie, et produits du terroir.

Aujourd'hui



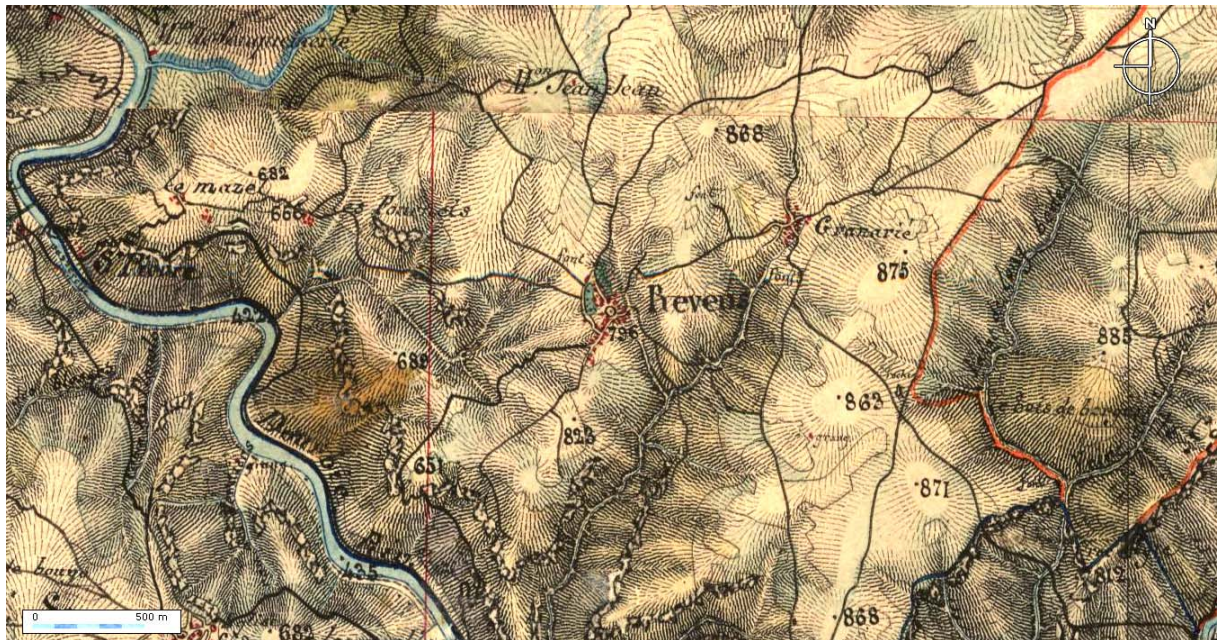
Photos



Revens

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900

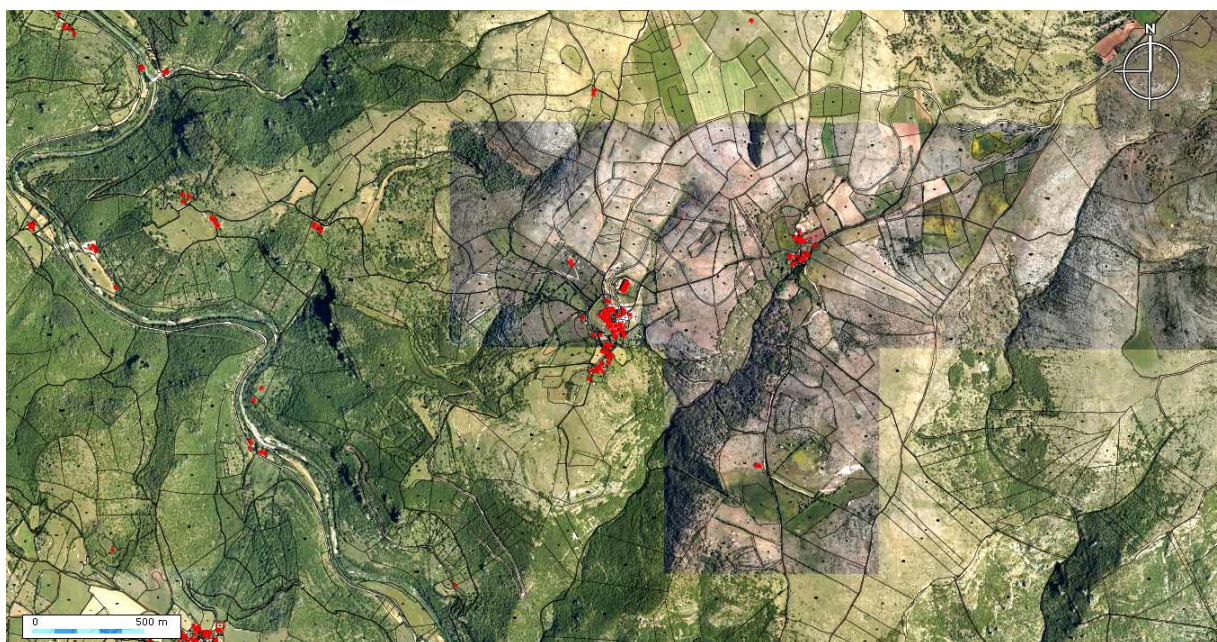


Hameau à vocation agricole, le développement d'un tourisme de qualité est à envisager tout en préservant et maîtrisant ses extensions.

Piste de travail :

- charte graphique et signalétique,
- réflexion élargie sur le statut du paysage pour un tourisme diversifié (terroir, paysage, curiosités naturelles).

Aujourd'hui



Photos



Dourbies

Diagnostic

Carte d'Etat Major 1900



La vallée de la Dourbie est un ensemble paysager de grande valeur, les attraits sont nombreux liés aux activités de plein air. La limite Ouest est sur le massif schisteux, le reste sur granit. Des estives sont maintenues pour des troupeaux de transhumances et plus haut vers le Boulton par des bovins.

Piste de travail :

- charte graphique et signalétique,
- maintien du développement urbain, enjeux liés au tourisme (accueil, produits du terroir).

Aujourd'hui

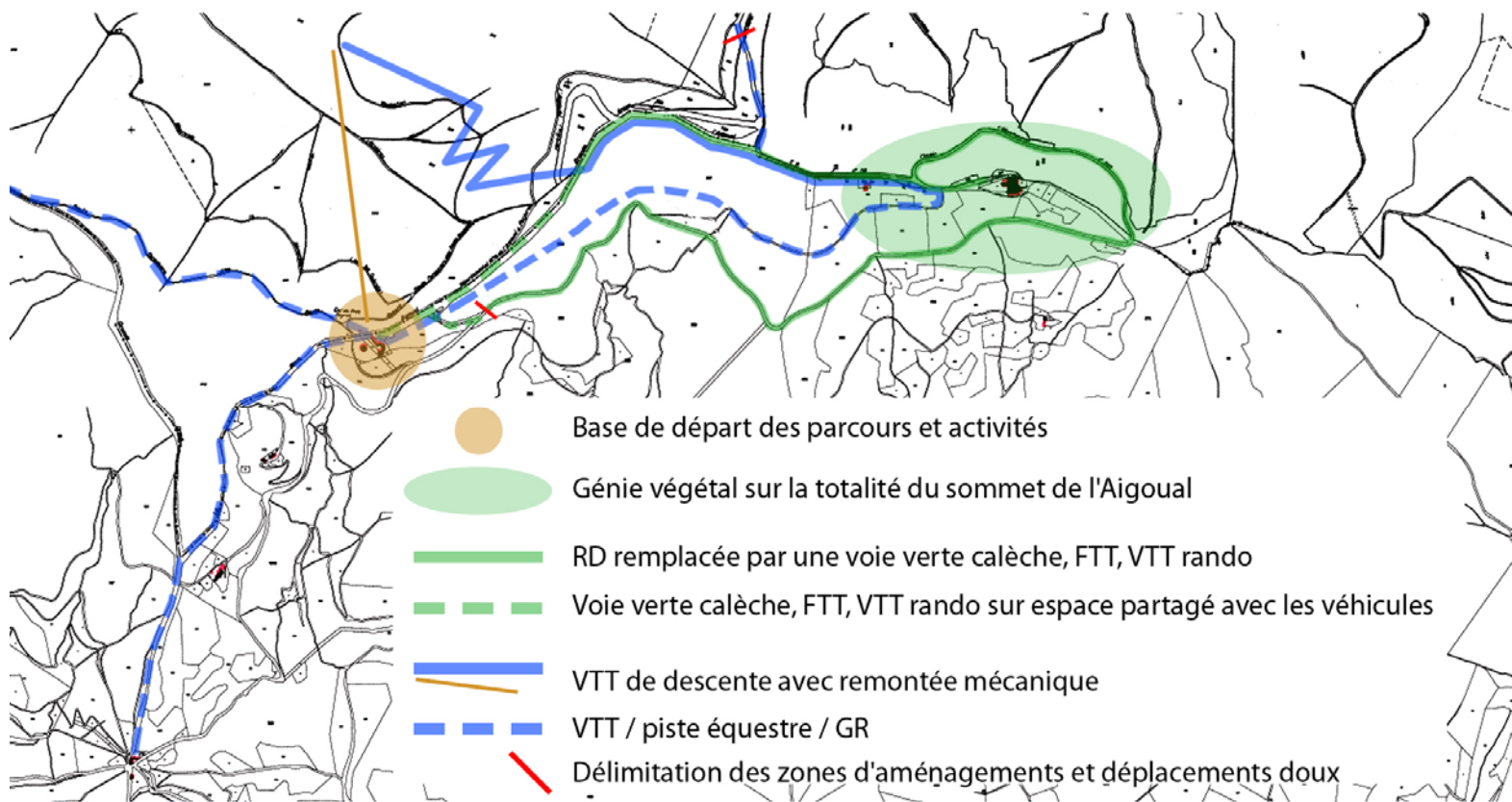


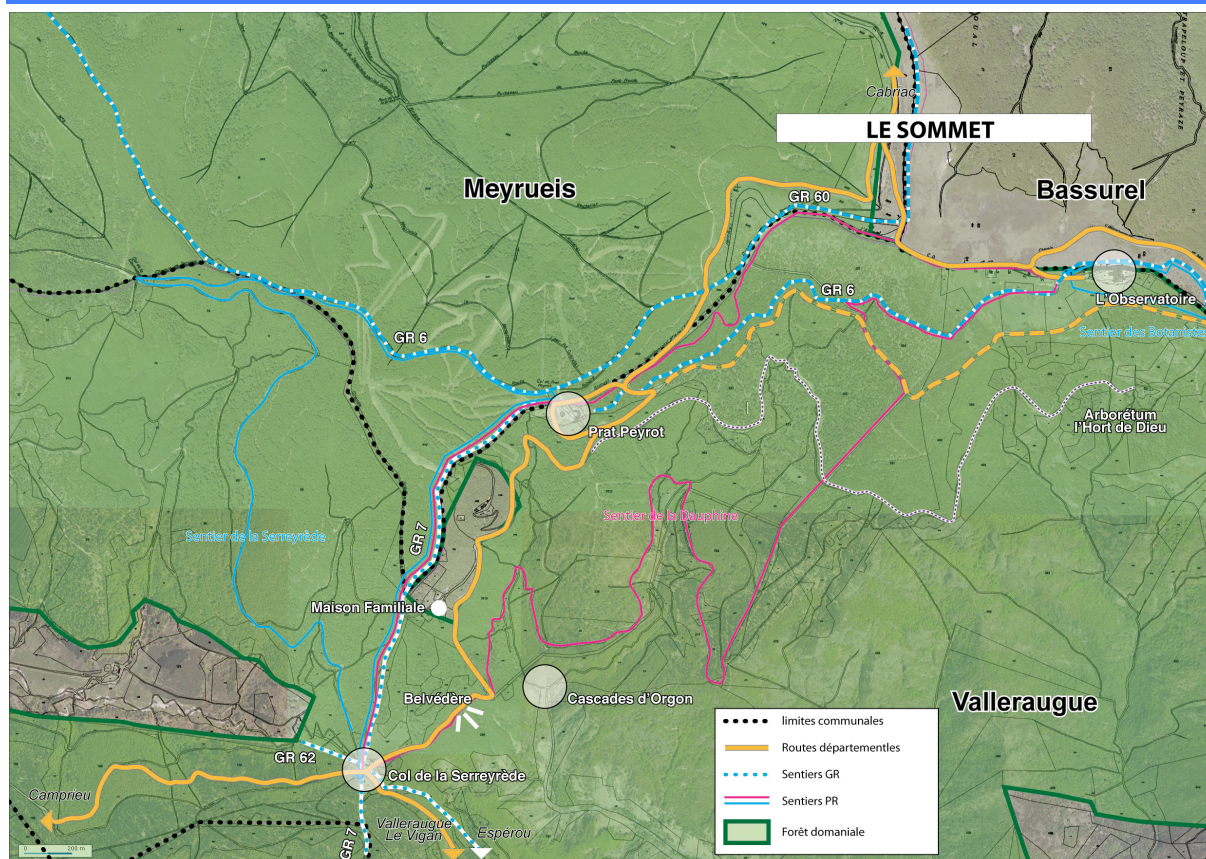
Photos



AIGOUAL / PRAT PEYROT

Carte de synthèse des orientations paysagères d'aménagements



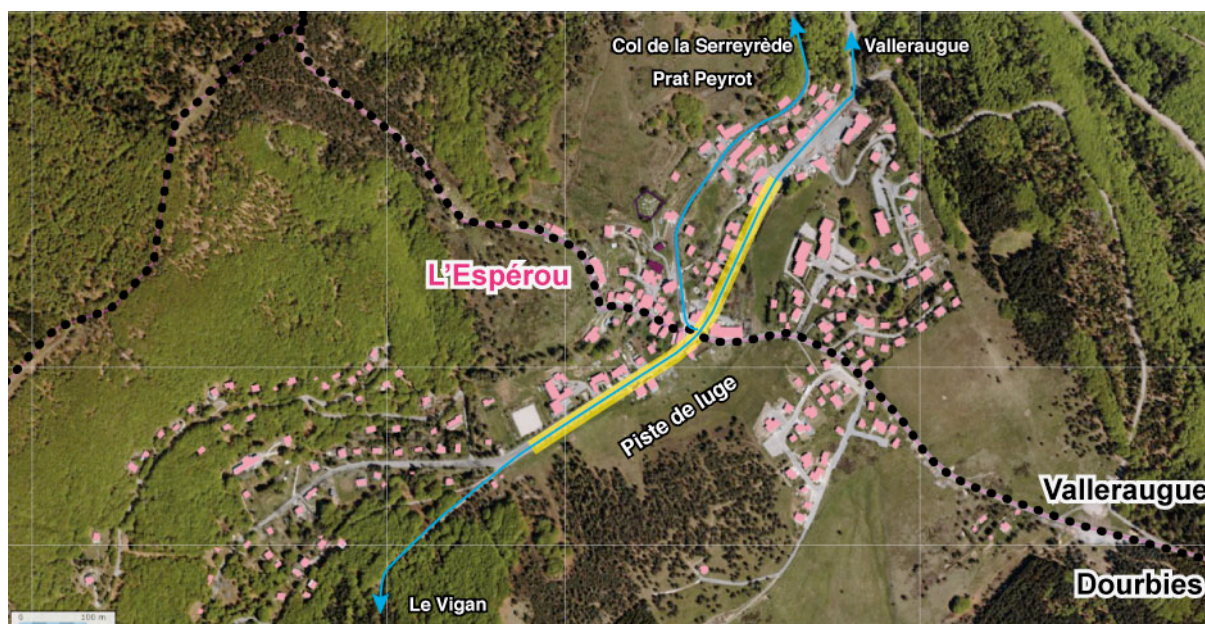


Le sommet de l'Aigoual est le point majeur d'attractivité du territoire, cela génère de forts flux automobiles ainsi qu'un problème ponctuel de gestion du stationnement (pas de comptages fournis).

On observe une convergence des voies, tant automobiles que de randonnée, convergence interrompue par de forts événements climatiques : le climat local est qualifié d'extrême.

De nombreux éléments s'organisent entre sommet (le météo-site / l'Observatoire), versant (la station de ski / stade de neige Prat Peyrot ; l'arborétum) et col (l'OT). Ce qui est remarquable : le domaine skiable et son village (l'Espérou) sont dissociés de 6 km. L'hiver Prat Peyrot ne fonctionne qu'à la journée et n'est accessible que par un moyen motorisé privé : il n'existe pas de transports collectifs, de navettes entre le domaine et hébergements de l'Espérou.

L'Espérou :



L'Espérou est à l'origine un hameau situé en limite des communes de Valleraugue et Dourbies (la présence de l'église et du temple témoigne de l'occupation ancienne du site).

Lors de la mise en place du stade de neige un pôle d'hébergement a été prévu à proximité (6/8 km) à partir du hameau existant. C'est le dernier village avant Prat Peyrot (en partant de Nîmes et Montpellier).

Aujourd'hui l'Espérou est un village géré par un syndicat intercommunal rassemblant Valleraugue et Dourbie et accueille le siège de la communauté de communes. C'est un village qui présente une épine dorsale sur laquelle se trouvent commerces (magasins de ski) et équipements (CDC et la halle). Les maisons (majoritairement des résidences secondaires) sont diffusées dans la forêt ou éparpillées dans la clairière. Le cœur du village est vide : c'est le pré servant de piste de luge l'hiver.

Le lien entre le pôle d'hébergement et le domaine skiable ne peut être qu'automobile, l'inconvénient étant que le village ne profite pas de l'animation et des retombées économiques qu'entraîne la présence d'une grenouillère et d'un front de neige utilisable 4 saisons (polarité des commerces et terrasses des restaurants), l'avantage étant que l'ambiance estivale n'est pas plombée par la présence déprimante de remontées mécaniques au repos.

L'animation, la problématique de l'après-ski est une question centrale dans le fonctionnement d'un lieu de vacances en général et de l'Espérou en particulier. La halle (magnifique) ouverte à tous les vents n'est pas un lieu propice à l'accueil d'animation après-ski et en soirée, la question de l'animation reste ouverte.

Le col de la Serreyrède : un emplacement stratégique

Ce col est un point de passage incontournable/majeur du territoire de la Communauté de Communes, c'est un point de bascule (cf la ligne de partage des eaux) entre deux climats et deux paysages. L'office de tourisme, Terres d'Aigoual et le parc des Cévennes sont regroupés dans un bâtiment de caractère.

Ce lieu a déjà été valorisé : présence de l'Office de Tourisme et de la boutique paysanne « Terres d'Aigoual » ... peut-être faut-il améliorer le stationnement automobile, notamment des cars ; en effet c'est également un point de départ de promenade/randonnée : du sentier de la Serreyrède et du sentier de la Dauphine.



Les locaux qu'occupent l'OT et la boutique paysanne appartiennent au PNC, une convention tripartite entre PNC, OT et CDC de l'Aigoual en définit les modalités. Les salariés de l'OT sont payés par CDC et le PNC verse des subventions pour deux d'entre-eux.

L'Observatoire : un élément moteur de l'attractivité du territoire

L'Observatoire est un bâtiment à l'architecture massive, emblématique.

Il accueille la station de relevé météorologique de Météo-France (c'est la dernière station de montagne habitée en France, 5 personnes en semaine) ainsi qu'un lieu d'exposition permanente (si on arrive à y accéder !), un gîte d'étape et une buvette ouverts l'été.

Profitant de son contexte climatologique extrême, l'Observatoire du Mont Aigoual met à la disposition des laboratoires et des chefs d'entreprises son site et son outillage pour tester des produits, du matériel ou des méthodes. Un centre d'essais complète l'offre locale.

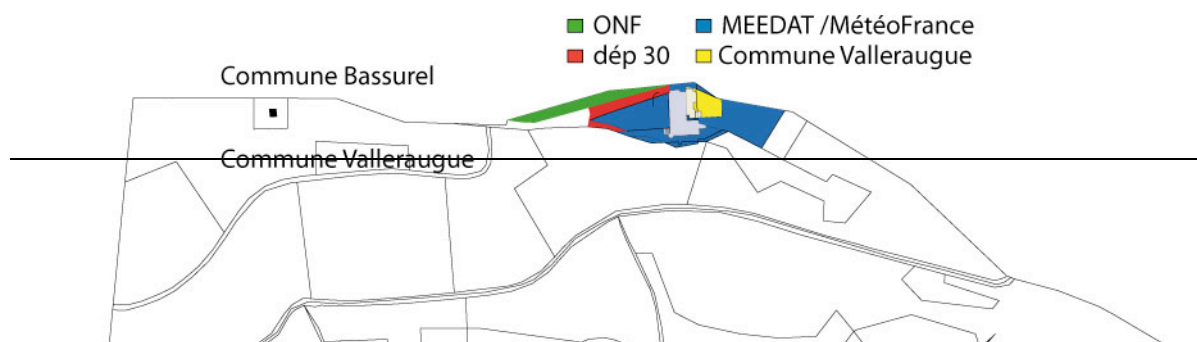
L'Observatoire (laboratoire, logements) appartient au MEEDAT / MétéoFrance.

Le lieu d'exposition fait l'objet d'une convention (occupation + animation des espaces d'exposition) entre Météo-France et la CDC, il est ouvert du 1er mai au 30 septembre de 10h à 13h et de 14h à 18h, juillet et août en continu de 10h à 19h. Il est possible de le visiter hors période estivale, sur réservation pour les groupes.

Le gîte d'étape et la buvette appartiennent à la commune de Valleraugue et ne sont ouvertes que l'été ; elles sont gérées par une régie municipale : régie 3 « Chalet Mont Aigoual ». Cette régie semble déficitaire d'une année sur l'autre, voici un tableau récapitulatif des années 2004-2008 :

Régie 3 : chalet Mont Aigoual							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dépenses totales	253 320€	247 588€	257 109€	256 502€	317 405€	287 727€	248 328€
Déficit antérieur							
dont reporté	0€	22 647€	16 252€	53 055€	58 547€	48 698€	8 331€
Achat stocks	80 085€	77 169€	84 415€	77 903€	77 789€	74 411€	75 877€
Personnel	131 559€	124 302€	128 189€	131 507€	136 529€	110 525€	117 746€
EmpruntsAdettes	2 699€	2 497€	2 289€	2 072€	1 839€	1 609€	
Amortissements	32 979€	33 753€	33 753€	33 753€	33 753€	33 753€	32 796€
Recettes	230 672€	231 336€	204 054€	197 955€	268 707€	279 396€	221 975€
Subventions							
dont d'exploitation	0€	22 647€	16 251€	53 055€	58 547€	48 698€	8 332€
Prestations	191 311€	187 812€	185 707€	179 505€	182 652€	208 632€	162 988€
Quote part des subventions d'investissement		17 950€	17 950€	17 950€	17 950€	17 950€	17 950€
Subventions dép. ou région	21 019€	25 050€					
Résultat	-22 648€	-16 252€	-53 055€	-58 547€	-48 698€	-8 331€	-26 353€
	déficit	déficit	déficit	déficit	déficit	déficit	déficit

Domanialité :



Prat Peyrot

La station de ski de Prat Peyrot est une station de moyenne montagne (1 440 m d'altitude) située à quelques kilomètres à l'ouest du sommet de l'Aigoual. Une de ses caractéristiques essentielles est que le domaine skiable est dissocié (4 km) de la station d'hébergements « l'Espérou » Elle est dotée de treize remontées mécaniques, quinze pistes de ski alpin (5 vertes, 6 bleues, 4 rouges), soixante kilomètres de pistes de ski de fond et une boucle raquette.

C'est un espace d'apprentissage de la glisse et de loisirs sans équivalent dans le Gard et l'Hérault ; cet espace draine un large public local (Montpellier, Nîmes, un bassin de chalandise d'environ 600 000 habitants). Elle attire essentiellement des visiteurs à la journée (cf volume du parking), des touristes, venus des agglomérations voisines de Montpellier, Nîmes ou Millau, soit un rayon de 1h30 en voiture. C'est une offre accessible physiquement et financièrement pour ces populations. La station n'est pas desservie par un transport collectif.

Pour ce bassin, Prat Peyrot est l'offre (à la journée) la plus proche : les stations des Alpes du Sud (Isola 2000) comme les Pyrénées (Ax) sont à plus de 3h de route et les stations du sud du massif central à plus de 2h de route.

La gestion du service de remontées mécaniques est assurée en régie municipale par la commune de Valleraugue, tout comme le snack situé à proximité directe permettant aux skieurs de se restaurer. La station de Prat Peyrot (plus le snack) offre (statistiques à fin avril 2003) un emploi permanent à 4 agents communaux (titulaires de la fonction publique territoriale), un emploi saisonnier à temps plein à 7 personnes et un complément d'activité (emploi saisonnier à la journée) à un nombre variable de personnes (entre 36 et 43, dépendant des années).

Sur le plan local, la station de Prat Peyrot permet donc directement à 45 / 54 personnes, et donc familles, de « vivre au pays » et est une locomotive économique touristique hivernale indispensable (économie touristique et résidentielle) pour le Massif de l'Aigoual.

Les espaces publics : une réflexion globale des logiques de flux et de qualité des espaces publics est nécessaire

L'environnement urbain : la gestion difficile de la circulation et du stationnement automobile lors de période de pointe

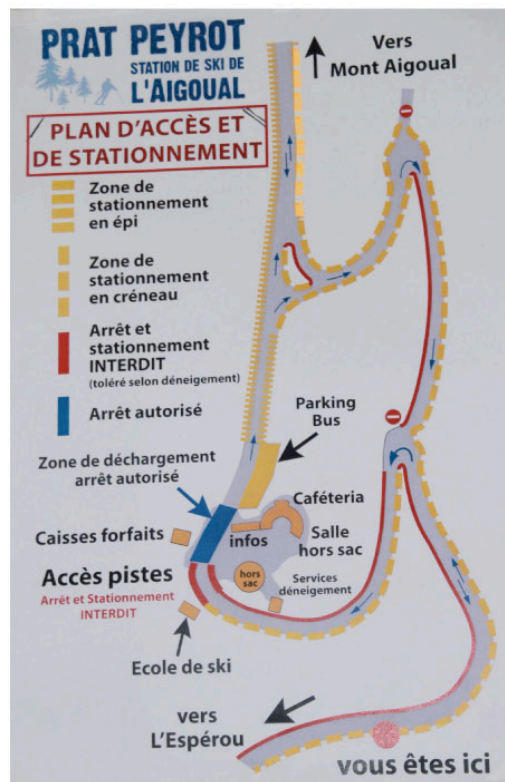
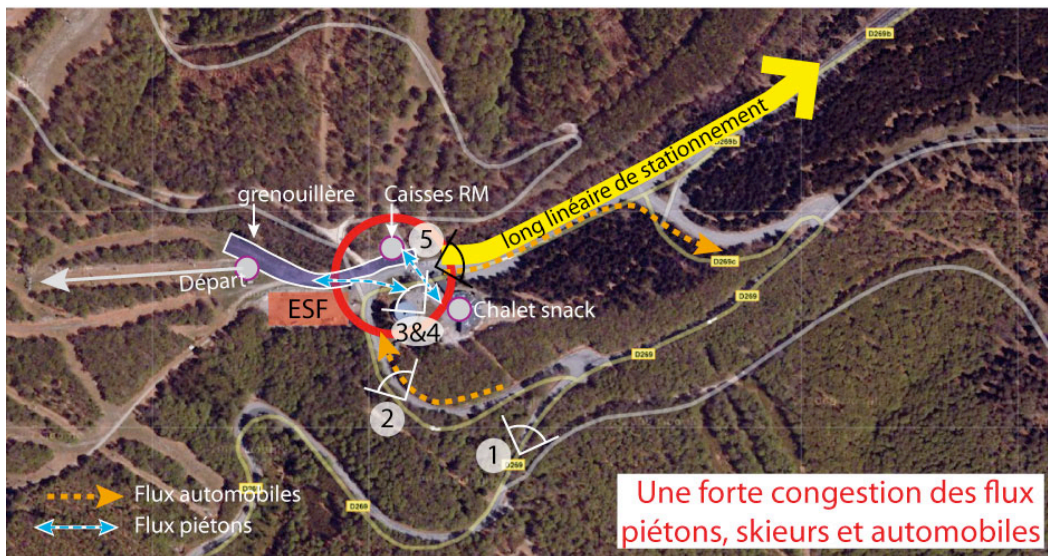
Prat Peyrot est isolée de tout contexte urbain.

On constate cependant lors de périodes de pointes (week-end) une difficulté de gestion de la circulation automobile ainsi que du stationnement, ces difficultés pouvant compromettre la sécurité de tous (piétons cheminant sur les voies, obturation par du stationnement sauvage les accès pompiers, difficulté d'acheminement des véhicules de secours, pas de « dropping zone » d'hélicoptère matérialisée et sécurisée.

Ces problématiques de gestion de circulation et stationnement, de sécurité générale, semblent tellement lourdes

qu'elles ont fait l'objet de nombreux rapports de la gendarmerie locale, la sous-préfecture a pris le dossier en main et travaille avec la commune de Valleraugue à la résolution de ces problématiques.

Pour l'instant aucune donnée issue d'un comptage routier ou des véhicules stationnés lors de périodes de pointe n'ont été fournies, nous ne connaissons que les linéaires maximum occupés par le stationnement.



Il conviendrait de repenser GLOBALEMENT les logiques linéaires de flux (stationnement, accès RM puis espaces de loisirs) et les cohabitations automobile / piétons / skieurs.



Une architecture de qualité affadie par des voisinages hasardeux



Les piétons : des cheminements prévus entre la caisse de RM et le départ des skieurs ; mais ils ne peuvent s'arrêter, s'installer entre les lisières du domaine skiable et du sous-bois. La pratique de la luge empiète voire s'approprie une partie du domaine skiable > il convient de sécuriser les plus lents, les plus petits > accueillir et sécuriser une clientèle familiale.



On constate d'une part que la sécurité des piétons (présence de nombreux enfants) est à assurer notamment lors du cheminement entre le véhicule stationné et la caisse des remontées mécaniques / le domaine skiable ou lors de croisement de flux piétons entre le domaine et le snack avec la voie automobile, d'autre part la structure actuelle du domaine skiable n'offre que peu d'espace aux piétons ou à la pratique de la luge.

Il convient :

- d'avoir une réflexion globale sur les usages et qualité des espaces publics, sur la fluidité et l'enchaînement des flux (stationnement / accès au domaine / organiser et scénographier les différentes pratiques). Le piéton doit être privilégié.

de dimensionner et sécuriser les espaces affectés aux différentes pratiques ... en veillant à l'accessibilité et notamment handicapée (l'accessibilité PMR des bâtiments de la station et notamment le snack et les toilettes n'est pas conforme).

- de conserver la qualité architecturale des bâtiments existants, les extensions, ajouts ou voisinages devront être de facture contemporaine et non d'un pseudo-esprit montagne (le style simili savoyard par exemple).

La commune de Valleraugue a actuellement des projets prêts à mettre en œuvre pour améliorer la situation :

- le déplacement d'ESF et la réactivation d'un TSK permettrait d'offrir un espace de luge de belle qualité ainsi qu'un réel espace d'apprentissage gratuit,
- un projet d'extension des zones de stationnement sera réalisé au printemps 2011.

Ces projets ponctuels amélioreront la situation mais ne résoudront pas l'ensemble des problèmes, notamment la sécurisation des piétons. Une réflexion globale sur les espaces avec la mise en lien des différents projets en cours est la solution.

Le domaine skiable, le parc de remontées mécaniques

Le contexte réglementaire lourd : les sols appartiennent à l'ONF, il y a une convention d'occupation entre l'ONF et la commune de Valleraugue (un loyer est payé). Le domaine est situé en zone cœur du Parc National des Cévennes, dans une zone Natura 2000, et à cheval sur deux communes, deux départements.

Ce contexte ne permet pas d'envisager dans un remodelage et/ou un agrandissement « rapide » du domaine skiable.

Il est par contre possible de remplacer les appareils de RM déjà en place ; les travaux de construction ou de modification substantielle des remontées mécaniques définies à l'article L. 342-7 du code du tourisme sont soumis à autorisation, d'une part, avant l'exécution des travaux et, d'autre part, avant la mise en exploitation.

Le service de remontées mécaniques est un service de transports dont la compétence d'autorité organisatrice est détenue par la commune : voir l'article L342-9 (Loi n° 2006-437 du 14 avril 2006 art. 24 II Journal Officiel du 15 avril 2006) :

Le service des remontées mécaniques, le cas échéant étendu aux installations nécessaires à l'exploitation des pistes de ski, est organisé par les communes sur le territoire desquelles elles sont situées ou par leurs groupements ou par le département auquel elles peuvent confier par convention, dans les limites d'un périmètre géographique défini, l'organisation et la mise en œuvre du service.

Les communes ou leurs groupements peuvent s'associer, à leur demande, au département pour organiser ce service.

Il manque de point de vue qualifié sur :

- la vétusté (à apprécier) du parc, les besoins de réinvestissement et les échéances
- la qualité de l'entretien et la charge financière qu'elle doit représenter
- les coûts de fonctionnement (sont-ils « normaux » ou exagérés ?) tant du parc, que des engins d'entretien, que des canons à neige.

Echéances réglementaires :

Les remontées mécaniques sont soumises à une réglementation sévère, supervisée par le Service Technique des Remontées Mécaniques et des Transports Guidés, basé à Clermont-Ferrand pour le Massif Central. L'inspection aux 30 ans des appareils est un moment important auquel est suspendue la poursuite du droit d'exploiter. Le temps des premières inspections est arrivé, on ne sait pas encore si des investissements seront nécessaires pour la poursuite d'exploitation.

L'enneigement est très variable d'une année sur l'autre, la fréquentation (et donc la vente de forfaits) s'en ressent : on oscille entre 11 455 jours de fréquentation du domaine alpin (1 045 pour le fond) durant l'hiver 2006/2007 et 53 105 jours de fréquentation du domaine alpin (3 612 pour le fond) durant l'hiver 2008/2009.

La présence de 85 canons à neige pourrait permettre de compenser la faiblesse de l'enneigement certaines

années, mais les chiffres cités précédemment montrent que l'enneigement artificiel ne permet pas de lisser la fréquentation du domaine d'une année sur l'autre.

Bilan saisons

			2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Nbre de jours d'ouverture station			38 jours	74 jours	93 jours	100 jours	45 jours
Période d'enneigement artificiel			N.C	N.C	N.C	01/12/09 au 12/01/10	02/12/10 au 11/03/11
Fréquentation : Ski Alpin			12162	28015	57775	34279	N.C
Ski de Fond			979	2824	4902	2440	N.C
Cumul de neige sur la saison (en m.)			0,50	1,76	1,90	1,50	0,40
Ouverture des pistes							
vérif. I 30	Ancienneté TK						
2012	1969	Source Hérault 1	Fermé / piste luge	Fermé / piste luge	Fermé / piste luge	Fermé / piste luge	Fermé / piste luge
	1977	Source Hérault 2	38 jours	71 jours	90 jours	99 jours	43 jours
	1991	Source Hérault 3	18 jours	35 jours	63 jours	42 jours	33 jours
2011	1973	Hermitage 1	26 jours	19 jours	50 jours	31 jours	fermé
	1991	Hermitage 2	14 jours	24 jours	49 jours	32 jours	2 jours
	1992	Hermitage 3	34 jours	74 jours	81 jours	82 jours	45 jours
	1984	Tindelles 1R	1 jour	57 jours	93 jours	76 jours	8 jours
	1991	Tindelles 2B	6 jours	49 jours	65 jours	57 jours	5 jours
2012	1970	Cougourles B1	10 jours	23 jours	62 jours	68 jours	5 jours
---	Piste	Cougourles B2	ouverte	ouverte	ouverte	ouverte	fermée
	2003	Cougourles R	16 jours	64 jours	84 jours	54 jours	34 jours
2010	1971	Grand Prat Peyrot	N.C	N.C	62 jours	36 jours	fermé
---	Piste	Brèze B	N.C	N.C	ouverte	ouverte	fermée
2010	1966	Brèze R	N.C	N.C	43 jours	32 jours	fermé

Pistes bénéficiant d'enneigement artificiel
les TINDELLES bleues et l'HERMITAGE 1 sont couvertes à 50 %

Les régies : 1-Prat Peyrot et 2-Chalet de Prat Peyrot

Régie 1 : station de ski

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dépenses totales	432 011C	452 956C	562 343C	429 938C	727 033C	662 543C	701 865C
Déficit antérieur							
dont reporté	85 279C	65 019C	91 423C	16 659C	205 208C		58 019C
Achat stocks	71 376C	83 568C	90 072C	64 798C	88 941C	111 405C	115 355C
Personnel	173 574C	154 232C	244 950C	156 458C	208 649C	205 237C	280 751C
Emprunts&dettes	3 791C	5 687C	5 568C	9 907C	9 596C	8 525C	
Amortissements	91 941C	120 308C	115 422C	121 598C	130 730C	127 096C	126 306C
Recettes	366 992C	361 532C	545 982C	366 992C	732 570C	604 524C	599 328C
Subventions						report	
dont d'exploitation	85 280C	65 018C	91 423C	16 659C	205 808C	d'excédent	72 013C
Prestations	194 468C	214 908C	430 403C	112 082C	371 086C	524 790C	439 978C
Quote part des subventions d'investissement	0C	0C	64 845C	64 844C	74 196C		74 196C
Subventions dép. ou région	0C	72 127C	50 215C	21 289C	40 896C		
Résultat	-65 019C	-91 424C	-16 361C	-62 946C	5 537C	-58 019C	-102 537C
	déficit	déficit	déficit	déficit	excédent	déficit	déficit
Nombre de jours de ski vendus							
Ski alpin							
nombre de forfaits				12 267	28 015	57 775	42 766
nombre de jours C.A.				11 455	25 649	53 105	32 371
				117 807C	298 887C	646 614C	460 110C
ski de fond							
nombre de forfaits				976	2 824	4 902	3 032
nombre de jours C.A.				1 045	2 243	3 612	1 893
TOTAL				130 307C	312 665C	703 332C	476 522C
				12 500C	13 778C	56 718C	16 412C

Régie 2 : chalet d'accueil Prat Peyrot

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dépenses totales	159 701C	162 972C	207 163C	131 332C	181 811C	234 210C	221 045C
Déficit antérieur reporté							
dont							
Achat stocks	34 688€	24 278€	12 413€	10 501€	45 373€		90 453€
Personnel	55 337€	47 051€	81 993€	50 620€	64 415€	88 516€	
Emprunts/dettes	68 637€	68 160€	82 078€	44 831€	82 188€	107 734€	8 576€
Amortissements	2 431€	3 425€	3 048€	2 832€	2 799€	2 523€	854€
	0€	22 436€	23 434€	23 312€	23 287€	23 764€	28 265€
Recettes	135 423C	150 558C	196 662C	85 958C	201 960C	237 622C	216 353C
Subventions d'exploitation						excédent reporté	excédent reporté
Prestations	34 699€	24 278€	12 414€	10 501€	45 373€	20 148€	3 412€
Quote part des subventions d'investissement	126 943€	134 694€	183 561€	72 819€	163 767€	205 388€	195 970€
Subventions dép. ou région	0€	12 099€	12 809€	12 099€	12 099€	12 099€	12 099€
	0€	0€			25 186€		
Résultat	-24 278C	-12 414C	-10 501C	-45 374C	20 149C	3 412C	-4 692C
	déficit	déficit	déficit	déficit	excédent	excédent	déficit

Une première lecture du bilan comptable et financier des 4 dernières saisons montre que la situation est difficile et que les subventions permettent de combler le déficit et d'assurer le stade de neige pour les agglomérations de proximité : le déficit semble structurel.

Le déficit semble dû en grande partie aux investissements nécessaires, mais les informations sont un peu elliptiques pour se faire une idée précise.

On pressent que le fonctionnement, la gestion de la station, pourrait être optimisé ; cela passe par une réflexion sur le management.

L'année 2008 semble être une année d'équilibre pour la régie 1 (station de ski) : il y a 5 537 € d'excédent (35 000 en déficit en fait car le département abonde à hauteur de 40 896 euros). Il faut également prendre en compte le 205 208 euros de déficit rapporté ... l'équilibre n'y est en fait pas ; la vente de presque 26 000 jours de ski alpin et de 2 200 jours de ski de fond n'est pas suffisante pour assurer l'équilibre.

Les canons à neige ne suffisent pas à lisser la fréquentation d'une année de neige par rapport à une sans ; le développement d'une activité complémentaire aux pratiques liées à la neige permettrait sans doute de conserver la clientèle d'une année sur l'autre.

La lecture des tableaux de vente montre que l'activité neige est concentrée sur une période définie. Pour exemple, pour 100 jours d'ouverture en 09/10, le nombre de forfaits vendus est de 34 279 alors que pour la saison précédente, avec 63 jours d'ouverture, ce même nombre est de 57 775.

Fait notable, la station fonctionne à plein pendant les week-ends et les vacances scolaires et très peu en semaine ; l'enjeu est bien d'attirer une clientèle complémentaire à l'actuelle (les lundi-mardi-jeudi et vendredi hors vacances scolaires).

Les questions que l'on se pose :

- Quelles sont les pistes d'amélioration de la situation ?
 - Améliorer la gestion de la station, de son parc ?
 - Elargir la clientèle vers des usages du lundi-mardi-jeudi-vendredi (en semaine) ? on pense plus particulièrement aux 80 000 étudiants habitant Nîmes et Montpellier
 - Imaginer de nouveaux produits pour équilibrer les comptes (faire payer le stationnement ? big air bag ? slalom parallèle (chronométrage pour des courses entre amis) ? ça pourrait être des produits pour animer des séminaires)
 - Elargir une offre d'activités complémentaires et payantes ?
- Quel devrait être l'état d'équilibre de la station ?
- Et si on n'arrive pas à équilibrer les comptes de la station ... quelle pourrait-être la meilleure façon de gérer le déficit ?

L'offre de loisirs de la station

Prat Peyrot est un stade de neige incontournable pour les populations de proximité. Sa fréquentation actuelle est donc essentiellement assurée par les locaux (aire Montpellier – Nîmes – Millau) en week-end et par les scolaires les mercredi. Pendant les vacances scolaires on observe la présence de nombreux « marseillais » (habitants des Bouches du Rhône) (dires d'acteurs).

L'enjeu est alors de proposer une offre satisfaisante à la journée, suffisamment diversifiée pour attirer les touristes logés à l'Espérou et sur le canton.

De même, les coûts des équipements pour l'hiver et la nécessité de diversifier des activités sur le massif imposent à la commune de Valleraugue et au territoire Causses-Aigoual-Cévennes de proposer des activités 4 saisons.

Face à ces grands enjeux de fréquentation et de diversification, Prat Peyrot doit partir des atouts qui la caractérisent pour de nouvelles pistes de développement pour densifier ou faire évoluer les outils ou lieux existants :

1 – Rendre plus attractifs la grenouillère et du snack afin de donner envie de revenir :

- Une aire de jeux en bois ou structure d'escalade constitue un espace convivial extérieur où se retrouvent enfants, parents, grands parents, en toute saison.
- Un kiosque ou tipi avec un feu (cf. aménagement au col du Mollendruz en Suisse) pour "faire de l'image" et vendre vin chaud et produits du terroir (en annexe saisonnière de Terres d'Aigoual ?).
- Une piste de luge douce pour les plus petits et une piste de luge "sensations" pour les plus grands.



Col du Mollendruz

2 – Exploiter la spécificité d'être une station de ski au cœur de la nature et du parc national des Cévennes :

- un sentier thématique ou piste 4 saisons proche de la piste école avec cabanes, totems d'animaux, suspensions sonores dans les arbres, à destination des familles et en collaboration avec le parc des Cévennes et la filière bois du territoire.
- une aire de pique-nique avec le même partenariat.
- des pistes de ski de fond non damées et un allongement de la piste raquette avec des belvédères thématiques ("4 points cardinaux", "rose des vents", "secrets de la forêt").
- sentier randocroquis
- un snow park ou parcours slope style avec des modules bois, avec un nordic-park pour les plus jeunes.

3 – Profiter de la proximité de grandes aires urbaines (en réalité une aire élargie de 800 000 habitants !) pour développer des offres spécifiques autour du ski :

- Des offres transport + ski pour les étudiants et jeunes actifs de Montpellier pour les jours "creux" : lundi, mardi, jeudi. En partenariat avec un transporteur privé ou public.
- Des offres partenariales de forfaits avec radios, commerces ... nature/sport (nature) pour les jours "creux".
- La promotion de ces offres peut se faire efficacement par la page Facebook "structurée" de Prat Peyrot.

De façon plus « structurelle » il pourrait être possible d'améliorer la rentabilité du dispositif économique municipal en :

1. établissant des dispositifs payants (parkings, offre combinée parking + forfaits)
2. en créant de nouveaux produits payants (depuis des documents sur l'écosystème avec le parc en passant par des randonnées guidées, des locations de VTT, ou même des circuits en VTT, cheval etc..), des produits « all include » (tout compris /clés en main) ; un produit « tout compris » peut / doit inclure une part pour l'entretien des lieux, espaces et paysages
3. en conventionnant avec de grands donneurs d'ordre agissant pour leur population (CG ou communauté d'agglomération ou de communes qui verseraient une contribution forfaitaire et s'ouvriraient en contrepartie des droits réduits pour leur habitants à utiliser telle installation ou circuits ; On entrerait ainsi dans une d'individualisation et une démonétisation partielle des loisirs)

Des outils à mettre en place

On tend vers la mise en place de produits « tout inclus » délicats à mettre en place, gérer et surtout commercialiser. Les structures existantes ne peuvent pas porter cela.

La maîtrise municipale ou communautaire reste indispensable à un vrai retour de la création de richesse vers les habitants (voir le nombre de personnes employées par la station). L'outil de la régie est un peu trop limité notamment parce qu'il ne permet pas de bien suivre les éléments comptables ; des pistes doivent être explorées en direction d'une SEM ou une SPL.

(la SPL pourrait obtenir une concession de l'ensemble des équipements actuels à charge de développer de nouveaux outils.)

Le recensement des projets en lien avec le sommet

- développer le labo « conditions climatiques extrêmes » à l'Observatoire
- VTT / BMX
- la luge d'été
- projet de navette Espérou/Prat Peyrot ?
- « Retrouvance » dans les forêts du Massif du Lingas (projet ONF)
- pas d'autre projet n'a émergé lors des entretiens
- Prat Peyrot : reste à parler avec Mr Jonget / responsable de la station / contexte de la sécurité et de la gestion des stationnements : gestion par le sous-préfet

À noter que le parc national des Cévennes, du fait de l'originalité de sa zone cœur, ne dispose pas d'enquête de fréquentation à l'instar des autres parcs nationaux.

Le tourisme régional

Observatoire touristique CRT Languedoc-Roussillon.

Clientèles françaises

Clientèles majoritairement urbaines

Hébergement non-marchand

58% séjournent plus de 4 jours dans la région

16% prennent leur vacances en région

Proviennent en majorité de Rhône-Alpes, Midi-Pyrénées, Auvergne

Une majorité de touristes entre 35 et 49 ans

Forte attirance pour le littoral

34% de couples, 19% de groupes de 3 personnes

18% des séjours en zone de montagne dans la région

Clientèles étrangères : des clientèles potentielles pour le territoire

Les clientèles étrangères fréquentent principalement le littoral, mais circulent aussi sur le territoire, soit dans le cadre de leur déplacement vers le lieu de vacances (passage par l'A75) soit pour visiter l'arrière-pays.

Clientèles allemandes

Clientèles majoritairement balnéaires

Recherchent majoritairement des forfaits tout compris

5449 résidences secondaires détenues par des Allemands dans la région

Clientèle de passage : 1,9 nuitées

Hausse de la fréquentation dans l'arrière-pays

Privilégient l'hôtellerie de plein-air 3*, 4*

Très sensibles au rapport qualité/prix pour l'hébergement

Clientèles Belges

Organisent majoritairement eux-mêmes leur séjour

4875 résidences de tourisme détenues par les Belges en Languedoc-Roussillon

Privilégient l'hôtellerie de plein-air

Majorité de longs séjours en été

Attachés aux traditions locales et séjours authentiques

Clientèles néerlandaises

Recherchent des destinations nature et les grands espaces

2008 résidences secondaires en Languedoc-Roussillon

1^o clientèle pour l'hôtellerie de plein-air

Très sensibles à l'anglais

Clientèles Britanniques

5162 résidences secondaires détenues par des Anglais

Très présent dans les stations de l'Hérault

Achètent généralement des packages

Forte pratique des courts séjours low-cost

Apprécient l'aspect culturel lors de leur vacances en Languedoc-Roussillon

Les Français et la moyenne montagne

L'étude Cofremca 2010 a défini des facettes de visiteurs en montagne et moyenne montagne. Ces facettes correspondent à de grandes tendances en matière de consommation touristique, en France, à la montagne.

Clientèles actuelles : les facettes présentes sur le massif de l'Aigoual

Loisirs mobilité nature

Groupes d'âge larges (25-50 ans)
Activités corporelles douces : balades
Éclectisme de pratique à titre occasionnel
Attirance maximum pour la montagne
Fréquentation de la montagne en toutes saisons

Loisirs corporels doux

Femmes de moins de 35 ans, grandes villes
Activités corporelles douces, remise en forme
Éclectisme activités : doux/tonique, actif/non-actif
Attirance pour la montagne plutôt l'hiver

Loisirs sportifs

Hommes, jeunes, grandes villes
Pratiques sportives et spectacles sportifs
Sorties, loisirs commerciaux et ludiques
Attirance montagne hiver, mer été

Loisirs maison pêche

Hommes, 35-65 ans, couples sans enfants, communes rurales
Gros bricolage, jardinage, potager, pêche
Peu d'autres activités
Attirance montagne moyenne, préfère la campagne

Clientèles potentielles à attirer sur le massif de l'Aigoual

Loisirs créatifs appliqués

Femmes, 25-65 ans
Loisirs créatifs liés à la maison : décoration, jardinage, poterie...
Activités culture et corporels doux
Fréquentation moyenne de la montagne

Loisirs mode urbaines

Moins de 25 ans
Attirés par le cinéma, jeux vidéos, sports de glisse
Fréquentation très régulière de la montagne

Zoom sur les clientèles itinérantes

Le massif de l'Aigoual est un territoire attractif pour l'itinérance douce avec ses sentiers, ses itinéraires et sa notoriété en termes de randonnée. C'est aussi un territoire à valoriser pour les parcours automobiles, moto et cyclotouristes, car les routes sinueuses, les paysages, les belvédères, les cols, les ambiances sont remarquables.

Cyclotouristes loisirs

Pratique en petit groupes
Parcourent de 20 à 50 km à la journée
Pratiquent le vélo en été principalement
50% des touristes étrangers viennent avec leurs vélos, 30% pour les français
Sensibles aux aménagements : voies vertes, pistes en site propres, voies à faible trafic
Ont besoin de signalétique, guide, cartographie, location et de petites réparations
Pratiquant à la journée autour des grandes aires urbaines
Attirance du patrimoine et paysages : des "choses" à voir

Camping-cars

Mobilité sur de larges territoires
"Prennent leur temps"
Attendent des lieux aménagés pour la nuit
Une partie s'héberge en camping pour plus de confort (familles notamment)
Parcours 10 000 km en moyenne par an
Marché en plein essor

Motards

Pratique majoritairement masculine
Pratique de la balade pour les urbains
La clientèle allemande recherche des itinéraires de montagne
Très sensibles à la présence d'un garage pour l'hébergement
Apprécient les aires de stationnement
Très sensibles à l'entretien des routes et aux services : bar, buvette
Accordent de l'importance aux itinéraires identifiés dans les guides

Cyclotouristes sportifs

Pratiquants de 35 à 60 ans
Besoin d'épanouissement et de dépassement de soi
Comportement affectif avec les sites : sommets, passage du tour de France (ascension du Mt Aigoual en 1987)
Importance de la valorisation : panneau d'arrivée, diplômes...
100 à 200 km de vélo par jour
L'hébergement avec de l'équipement est privilégié : parcage, repas sportif, atelier...
Sensibles à la circulation, présence de points d'eau et l'entretien des routes

Comment s'organise l'économie touristique locale ?

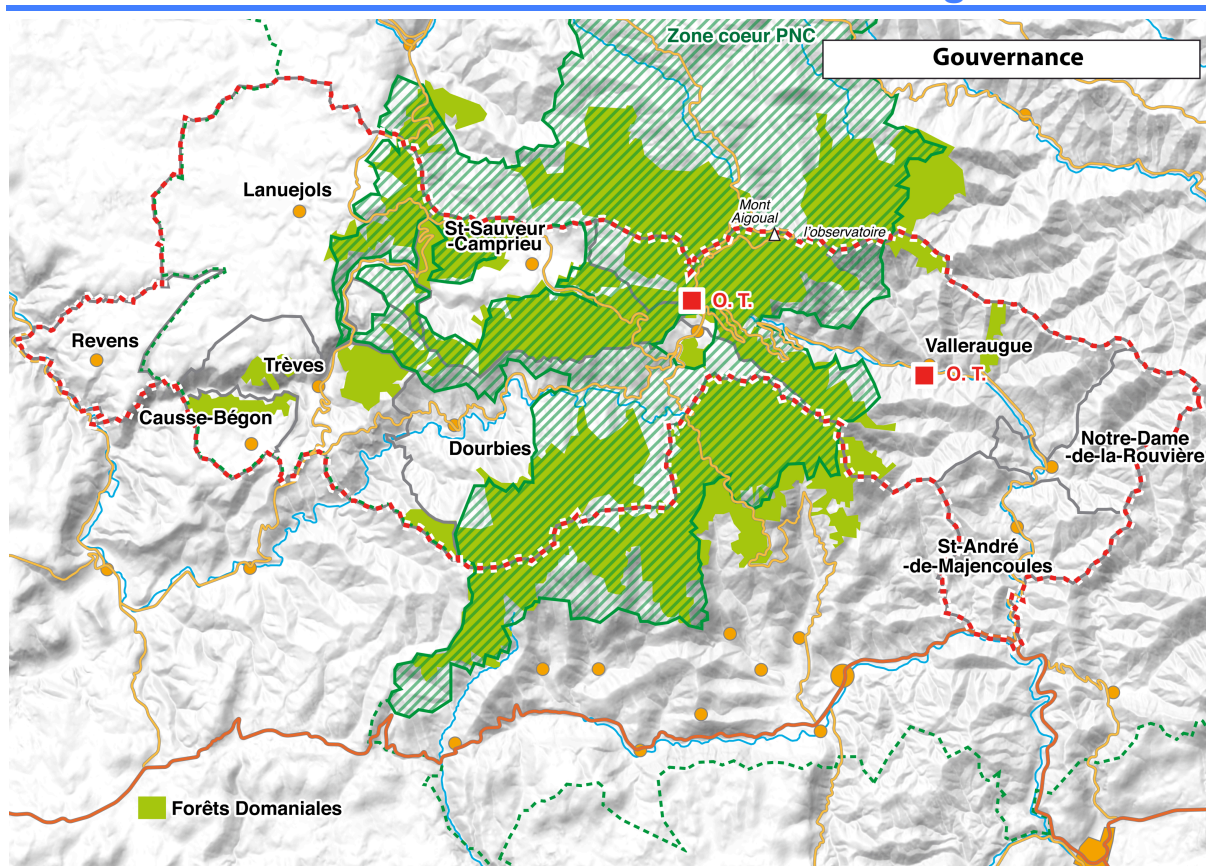
Enjeux = conforter la clientèle actuelle, de proximité (le fond de commerce)

opportunités : la forte zone de chalandise, notamment d'inactifs (tout le littoral) et d'étudiants (Mtp et Nîmes)

menaces : la concurrence d'autres sites de tourisme de proximité (note : nombreuses thalasso et cures thermales dans toute la région)

Segmentation Mont-Aigoual

Clientèles acquises				Clientèles partiellement acquises			à conquérir
Curieux	Sportifs	Groupes structurés	Partageurs	Amoureux de la nature	Groupes d'amis	Explorateurs	Créatifs
Consacrer du temps aux loisirs / Se retrouver en famille ou en tribu Partir de chez soi (journée ou séjour) plus souvent et moins longtemps / Partir à l'étranger Partir à la dernière minute / Pouvoir choisir entre produits « tout à la carte » et organisé Utiliser Internet pour s'informer et les bons plans							
Comportements	<u>Touchent à tout</u> : un peu de culture, de sport et de détente. - Sensibles au prix et à la fréquentation. Attirés par la moyenne montagne	- Athlètes en individuel ou associatif - Recherchent la performance - Aiment la compétition - Veulent s'épanouir, se dépasser - Montagne hiver/ - Mer été	<u>Touchent à tout</u> : un peu de culture, un peu de sport et un peu de détente - Le temps passé avec famille et amis est très important - Sensibles à l'ambiance et aux offres pour les enfants - Montagne plutôt en hiver	Adeptes du plein air et de la simplicité agréable... N.B. Couples actifs/retraités, souvent avec des enfants majeurs. Chez eux, aiment bricolage, jardinage, pêche...	Esprit "tribu" - Consomment beaucoup d'activités festives - Aiment se divertir (jeux vidéos, cinéma) Apprécient la moyenne montagne	Recherche la "bonne surprise" et des destinations originales, inédites. - Sont très mobiles - Prennent leur temps - Rencontrent habitants et prestataires décalés...	- Pratiquent beaucoup d'activités d'intérieur - Sont sensibles à la culture - Pratiquent des activités douces Le cadre compte plus que la montagne
Attentes	Des activités variées - Douces - Festives Des temps pour se défouler et se détendre Un cadre, Des circuits balisés Sentiers d'interprétation	Aménagements et équipements adaptés à leurs pratiques : routes, pistes, hébergements, commerces... La "mise en scène" de leur espace de pratique : balisage, chronométrage.	Calmes et activités douces Activités partageables et accessibles à tous les membres de la famille. Pratiques sports loisirs dans un environnement sécurisé et naturel...	Recherchent des activités en fort lien avec la nature. - Offres "authentiques" - Visite découverte - Animations culturelles. - Sentiers d'interprétation	Souhaitent découvrir ensemble, souvent autour d'une seule activité. Puis, trouver une animation - Festives - Conviviales - Divertissantes	Attendent des services et aménagements adaptés : aire de camping-car... <i>Hébergement motards</i> - évoluer dans environnement préservé - La "bonne surprise" - La pratique originale	Pratiquer des loisirs créatifs : peinture, sculpture... - Visites ou animations culturelles. - Activités douces - Sensibles au cadre naturel
Pratiques	VTT Randonnée Cyclo Sports de glisse	Culturel Promenade Pique-nique	Promenade & Randonnée Culturel & Détente Pique-nique En groupe ou en famille...	Promenade Pêche & Cueillette Contemplation Faune/flore	Sports de glisse Sorties (bar) Divertissements (cinéma, spectacles)	Culturel, paysage, contemplation Promenade. Pratiques décalées : sites confidentiels, canyoning...	Promenade Contemplation Activités ludiques
Provenance nationale	Triangle Montpellier / Nîmes / Millau						
Provenance régionale							
Tranches d'âge	25/50 ans	Resp. groupes d'enfants 3/6, 6/12, 12/18	Moins de 35 ans 0/3, 3/6, 6/12	35/65 ans peu d'enfants	18/35 ans pas d'enfants	35/65 ans 3/6, 6/12, 12/18	25/65 ans 0/3, 3/6, 6/12, 12/18
Saison	Toutes saisons	Toutes saisons	Plutôt hiver	Automne/Printemps	Hiver	Toutes saisons	Toutes saisons
Cibles identifiées	Urbains à la recherche de nouveaux horizons	Traileurs pour l'entraînement et la compétition	Familles urbaines	Pêcheurs Cueilleurs	Groupes d'étudiants Jeunes actifs	Camping-caristes Motards	Artistes « en herbe »
Produits possibles							



Un mille-feuille de « compétences » en pleine effervescence :

- Contexte de la loi du 16 décembre 2010 portant réforme des collectivités locales ; cette loi modifie profondément les répartitions des compétences des différentes collectivités et donc les modalités de financement/subvention de projets
- Le PNC élabore une nouvelle charte en concertation avec les acteurs du territoire (152 communes) ... de nouveaux horizons à dessiner, horizons dans lesquels le massif de l'Aigoual doit s'inscrire
- La mise en place d'un office de pôle (à l'échelle du Pays) qui coordonnerait les OT des 5 communautés de communes qui constituent le Pays.
-
- Enfin, plusieurs EPCI ou associations dont les périmètres (carte ?) ont des dimensions variables, voire imbriquées, ont le « tourisme » pour compétence, un tour d'horizon est fait dans ce chapitre.

Les collectivités territoriales

Le contexte est aujourd'hui en pleine effervescence :

En effet, la loi du 16 décembre 2010 portant réforme des collectivités territoriales modifie en profondeur l'architecture institutionnelle locale, tout en maintenant l'existence de la région et du département. Le processus vise la simplification des structures territoriales (communes, intercommunalités, départements, régions), la réduction du nombre d'échelons territoriaux, la clarification des compétences et des financements. Elle prévoit notamment le remplacement des conseillers généraux et des conseillers régionaux par un nouveau type d' élu local : **le conseiller territorial**. Siégeant à la fois au conseil général et au conseil régional, il sera élu pour 6 ans au scrutin uninominal majoritaire à deux tours, dans le cadre de cantons redécoupés. Cette disposition doit permettre de réduire le nombre d'élus, en vue de dégager des économies et de renforcer le poids de l' élu local.

La loi maintient l'existence des départements et des régions, mais elle prévoit la **spécialisation de leurs compétences**.

Ainsi, à partir du 1er janvier 2015, les départements et régions ne disposeront plus de la clause de compétences générale*. Ils seront dotés de "compétences exclusives", compétences qui ne pourront être exercées par un autre

niveau de collectivité. A partir de cette date, aucun projet communal ou intercommunal ne pourra bénéficier du cumul des subventions départementales et régionales si les conseillers territoriaux n'ont pas adopté "un schéma d'organisation des compétences et de mutualisation des services". Ce schéma est destiné à fixer, entre la région et les départements qui la composent, les délégations de compétences, ainsi que l'organisation de leurs interventions financières. **L'interdiction ne s'appliquera cependant pas aux domaines du sport, du tourisme et de la culture.**

Les prolongements immédiats

Bien qu'elles ne soient pas d'application immédiate, la refonte de la carte de l'intercommunalité (en 2013) et l'élection des conseillers territoriaux (en 2014), impliquent que des choix soient opérés dès 2011.

Concernant la refonte de l'intercommunalité, l'année 2011 sera déterminante.

Le 22 décembre 2010, le ministre en charge des collectivités territoriales, Paul Richert, a rappelé les objectifs visés par la loi en ce domaine : le rattachement des dernières communes isolées, la rationalisation du périmètre des EPCI existants et la suppression des syndicats intercommunaux devenus obsolètes. A cet effet, **un schéma départemental de coopération intercommunale devra être élaboré avant le 31 décembre 2011** par le préfet, en concertation avec les collectivités concernées (communes et leurs groupements) et les nouvelles Commissions départementales de coopération intercommunale (composées d'élus locaux et de représentants d'EPCI) qui devront être installées au cours du premier trimestre 2011. La mise en oeuvre du schéma débutera dès sa publication par le préfet, elle devra être achevée avant le 1er juin 2013, date à laquelle tout le territoire national doit être couvert par des « intercommunalités plus cohérentes ».

Qu'est-ce que les compétences générales ?

La clause générale de compétence permet aux collectivités locales d'administrer librement leurs compétences sur leurs territoires (article 72 de la Constitution). Les collectivités peuvent donc intervenir, sous le contrôle du juge, dans tout domaine, sur la base de l'intérêt public local et dès lors que la compétence n'est pas dévolue par les textes à une autre personne publique.

La loi du 16 décembre 2010 prévoit que les communes ne seront pas touchées et garderont leurs prérogatives générales, contrairement aux départements et aux régions.

La répartition des compétences aujourd'hui

les communes

Celles-ci disposent notamment de compétences en matière d'urbanisme (élaboration du PLU, délivrance de PC, donc une action directe sur le paysage), d'actions économiques (possibilité d'aides directes et/ou indirectes aux entreprises, d'instituer un office de tourisme) ainsi qu'en matière d'organisation de transports (un service de remontées mécaniques est un service de transports publics, cf Code du Tourisme). Ainsi la commune de Valleraugue a mis en place une régie pour faire fonctionner le service de remontées mécaniques ; la régie est un mode de gestion privilégié par cette municipalité (mis en place pour le snack de Prat Peyrot, pour la buvette de l'Observatoire et pour d'autres éléments du patrimoine communal)

l'intercommunalité (EPCI): la communauté de communes de l'Aigoual

Les communes adhérentes ont transféré les compétences relatives au développement économique (notamment la promotion du tourisme) et celle relative à la création, l'aménagement et l'entretien de voiries d'intérêt communautaire (entretien des rivières, création et entretien des sentiers de randonnée) ; d'autres compétences ont été transférées.

La communauté de communes a mené à bien plusieurs projets, le musée météo du Mont Aigoual, l'Office de Tourisme en particulier.

Le Conseil Général du Gard :

Comme toute collectivité territoriale, le Conseil général du Gard assure les compétences obligatoires fixées par les lois de décentralisation. Il a également choisi d'assumer un certain nombre de compétences supplémentaires pour répondre aux besoins particuliers du département et de ses habitants. Voici un relevé des compétences du CG 30 :

Compétences obligatoires

- Interventions sanitaires et sociales
- Voirie départementale
- Transport non urbain, scolaire et plan départemental de transports
- Collèges publics et privés
- Equipement rural
- Culture : lecture publique, archives départementales

- Gestion du personnel départemental
- Gestion et police du domaine départemental
- Tourisme
- Environnement : gestion des espaces naturels sensibles, conservation du patrimoine naturel

Compétences choisies

- Interventions économiques
- Enseignement public et privé technique, agricole, supérieur, universités, bourses départementales
- Recherche
- Aide sociale facultative
- Aide aux communes
- Culture : patrimoine et animation culturelle
- Sport : soutien aux sportifs de haut niveau

Certaines actions du CG30 intéressent plus particulièrement cette étude :

- Le CG30 anime notamment une politique de mise en place d'un réseau de haut débit sur son territoire en vue de réduire la fracture numérique.
- Le CG 30 anime/développe une politique de valorisation des produits de bouche locaux : « Militant du Goût ». C'est une signature qui garantit aux consommateurs l'origine, la qualité, le respect de la saisonnalité, en deux mots : authenticité et saveurs. Depuis plus de six ans, le Conseil général du Gard, en collaboration avec les chambres consulaires (Chambre d'Agriculture, Chambres de Commerce et d'Industrie d'Alès-Cévennes et de Nîmes, Chambre de Métiers et de l'Artisanat), a mis en place une véritable stratégie de marque pour valoriser les produits de bouche typiques de notre territoire. Ces produits expriment la quintessence de notre agriculture et le savoir-faire de nos artisans et restaurateurs.
- Le schéma de développement touristique du Gard.

Les EPCI (Etablissements Publics de Coopération Intercommunale) et autres

Ces établissements ont tous, à des degrés divers, des compétences en matière de tourisme. (Et chacun a un projet de développement touristique à l'échelle de son territoire ... beaucoup de projets à articuler et imbriquer)

L'Office de Tourisme « Mont Aigoual – Causses – Cévennes » :

La structure est un office associatif (et non un EPCI), loi 1901, créée le 9 janvier 2008, subventionné par la CDC.

L'OT est positionné sur deux sites : à Valleraugue et au col de la Serreyrède, en vitrine sur les flux majeurs.

Le local de la Serreyrède appartient au PNC, de plus, par le biais d'un accord tripartite, le PNC finance le salaire des agents de l'OT du col.

Cet OT travaille en lien avec celui de Meyrueis (au nord, en Lozère) (?)

L'OT participe/anime au moins deux groupes de réflexion thématiques : un autour du vélo (la réflexion du groupe est principalement axée sur le VTT mais est aussi concerné par le cyclotourisme et le vélo de route ... voire le BMX) un autre sur la clientèle de groupes ; les réunions dont les compte-rendu sont publiés sur le site internet ont eu lieu en novembre 2010.

Le contexte dynamique de la constitution d'un OT Inter-Communautaire

A l'automne 2009 a démarré une formation sur le territoire « Aigoual, Cévennes, Vidourles » avec les quatre autres offices du tourisme, des socio-pro et des élus. Le but de ces rencontres est de réfléchir sur la façon d'optimiser le tourisme en Cévennes. En conclusion, la création d'un OT Inter-Communautaire permettrait de mutualiser les moyens des OT actuels (Aigoual, Ganges, Le Vigan, St Hippolyte du Fort & Saint André de Valborgne) ... c'est probablement ce dont est chargé Monteils.

Les objectifs de l'OT Inter-Communautaire :

- mutualiser les moyens
- une communication commune plus forte (uniformisation de la documentation de promotion ?), voire un portail Internet commun
- le renforcement d'événementiels attractifs tels que « la Comédie des Cévennes »

SYNDICAT MIXTE PAYS AIGOUAL CEVENNES VIDOURLE

Objet : Développement Economique

Forme juridique et date de création : Syndicat Mixte depuis juillet 2008

Le territoire concerné est situé autour du bassin d'emploi de Ganges et Le Vigan, le Pays rassemble 59 communes des départements du Gard et de l'Hérault. Présentation générale : L'ensemble des forces vives du bassin d'emploi de Ganges-Le Vigan, soutenues par l'Etat, la Région Languedoc-Roussillon, le Département du Gard, la société TEXTILES WELL SA, le Syndicat Mixte du Pays Aigoual Cévennes Vidourle Développement, les Communautés de Communes de : L'Aigoual, Cévennes Gangeoise et Suménoise, Cévennes-Garrigue, Coutach-Vidourle, Pays Viganais et Vallée Borgne s'engagent dans une action d'impulsion en matière économique, avec pour ambition de créer des activités et des emplois nouveaux, dans une logique de développement durable.

Dirigeant(s) : Mme Anne CAZIN, directrice

Secteurs d'activités : Artisanat - Commerce - Services – Industrie

Le périmètre d'intervention : Les 10 cantons de l'arrondissement du Vigan : ALZON, LASALLE, LE VIGAN, QUISSAC, SAINT ANDRE DE VALBORGNE, SAINT HIPPOLYTE DU FORT, SAUVE, SUMENE, TREVES, VALLERAUGUE et le canton de GANGES.

Une Charte de développement / projet de territoire a été livrée par la SEGARD en septembre 2006 ; 4 axes de développement déclinés en différents volets ont été identifiés :

Axe 1) La cohérence d'identité, de promotion et d'action du pays

Axe 2) Le désenclavement du territoire

Axe 3) Le pays comme lieu de vie attractif

Axe 4) Le renouveau économique du pays.

L'axe 1 prévoit notamment de mettre en place un plan marketing pour « se » (le pays) faire connaître (comme destination touristique) ainsi que la définition d'un Schéma Local d'Organisation Touristique (SLOT) pour se (? avec qui) coordonner ... ce schéma a-t-il été produit au cours des cinq dernières années ?

Le volet 3 de l'axe 3 prévoit une gestion concertée et partagée des espaces naturels, gestion qui croise une thématique forte du Massif de l'Aigoual et l'Axe 4 / Volet 2 prévoit de soutenir le tourisme comme filière économique porteuse.

La charte prévoit notamment de valoriser (est-ce mettre en résonance ou de façon indépendante ?) les sites de Navacelles, du Mont Aigoual (Observatoire et Prat Peyrot) et de la Grotte des Demoiselles et plus particulièrement de prévoir des aménagements paysagers et touristiques des sites et des routes d'accès (itinéraires de découverte) ainsi que l'amélioration de leur signalisation à travers le Pays et sur les grands axes autoroutiers.

Est prévue également la mise en réseau des lieux touristiques par un maillage cohérent (à pied, à vélo ...) ainsi que le développement d'une politique de « Village de Caractère » qui pourrait concerner le village de Dourbies.

Visibilité :

- le Pays Aigoual Cévennes Vidourle apparaît dans le site général « sunfrance » de Sud de France / Région Languedoc-Roussillon, le Mont Aigoual apparaît associé à la station de Prat Peyrot, puis à un circuit VVT d'une semaine (le prestataire est extérieur au Massif) puis à un produit week-end/balade en raquette ... ce site émane du Comité Régional du Tourisme LR
- le Pays apparaît également sur le site de la Fédération Régionale des Pays Touristiques LR ce site promeut la découverte des territoires au travers de la qualité des produits régionaux ; cette approche gourmande du territoire passe par la labellisation de Cafés de Pays ou de restaurants « Assiettes de Pays »

L'Etablissement public du Parc National des Cévennes :

L'Etat a confié 7 missions au Parc national des Cévennes :

- La surveillance du territoire et la police de l'environnement
- Le suivi scientifique du patrimoine naturel et culturel
- Le conseil et l'ingénierie publique au service des collectivités comme des particuliers dans les domaines de compétence du parc national : architecture et urbanisme durable, gestion de la biodiversité, écotourisme ;
- La réalisation ou l'appui à la réalisation d'aménagements visant à la préservation de la biodiversité, des milieux naturels, du patrimoine architectural vernaculaire et des paysages du parc. Dans ce cadre, l'établissement peut accorder des subventions ;
- La création ou l'appui à la création d'infrastructures touristiques d'accueil (création de sentiers de randonnée, conception et édition de topoguides, mise en place de la signalétique en milieu naturel) ;
- L'animation du territoire à travers le Festival nature, la participation au festival « Contes et rencontres », et l'éducation au développement durable dans les écoles, collèges et lycées ;

- La production d'ouvrages et d'expositions présentant et expliquant la richesse du patrimoine cévenol et caussenard.

Dans le cadre de sa mission de conseil et d'ingénierie au service des collectivités dans le domaine de compétence « tourisme », le PNC a participé à l'élaboration et mis en place des outils en vue de favoriser le développement d'un tourisme durable.

Un cadre et une philosophie de l'action existe : la Charte européenne du tourisme durable

Cette Charte précise quels sont les objectifs à atteindre en vue d'établir un tourisme durable :

- un positionnement clair de la destination touristique,
- des activités respectueuses des espaces et des habitants,
- des équipements éco-responsables,
- des infrastructures judicieusement réparties,
- une communication coordonnée ...

En application de cette politique touristique, le PNC a mis en place des outils pour accompagner les prestataires d'activités touristiques volontaires à aller vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement (actions de qualification). C'est du « gagnant-gagnant » l'image et l'accompagnement du PNC valorise et distingue les prestataires et en retour, le territoire s'enrichit d'une gestion de séjours encore plus qualifiée, respectueuse et riche pour les visiteurs.

L'association « Cévennes écotourisme » est le partenaire privilégié du PNC pour accompagner les prestataires volontaires. Cette association structure et accompagne techniquement ses adhérents (accompagnement de 80 prestataires aujourd'hui) par le biais d'audits et l'organisation de formations et échanges d'expériences entre participants. Sur le territoire d'étude il y a 5 prestataires engagés dans cette démarche :

- gîtes et chambres d'hôtes : « La Rivière et La Falaise » à Trèves et le « Mas Gibert » aux Ardaillers/Valleraugue
- gîtes d'étape [Anambule](#) à Notre Dame de la Rouvière
- camping : [La Cascade](#) à 3 km de Meyrueis
- association : « Sortilèges et enchantements du Petit Gué » à Valleraugue Spécificités : Accueil de groupes, Accueil de scolaires. à destination des adultes et des enfants.
- site : « Le Jardin des Sambucs » à Saint André de Majencoules

Le label « gîte Panda », propriété du WWF France, est attribué (le PNC est associé) en Cévennes à des établissements implantés dans des sites naturels de grande qualité. D'architecture traditionnelle, ils doivent être restaurés de façon irréprochable. Le réseau des gîtes Panda représente une démarche exemplaire de tourisme durable en espace rural.

Le propriétaire, qui doit résider sur place, s'engage à travers un projet personnel à respecter et à favoriser la découverte de la faune, de la flore et du patrimoine culturel. Il propose la mise à disposition de sentiers et d'observatoires et une documentation contenue dans une malle de découverte. C'est le parc national qui réalise l'inventaire des richesses patrimoniales situées autour du gîte. Il y a un seul gîte Panda sur la CC : le gîte de Valbonne à St André de Majencoules.

La charte du Parc

La loi du 14 avril 2006 relative aux parcs nationaux, aux parcs naturels marins et aux parcs naturels régionaux dote les parcs nationaux d'un document de planification nouveau, juridiquement opposable au tiers, qui fixe pour quinze ans environ les grandes orientations de développement de l'ensemble du territoire : la charte.

La charte est un projet de territoire qui traduit la solidarité écologique entre le coeur et ses espaces environnants, l'aire d'adhésion. Elle donne ainsi une légitimité à l'ancienne "zone périphérique".

La charte est un projet commun à long terme pour le territoire du Parc national sur lequel s'engagent les communes, l'établissement public du Parc et l'Etat. Elle offre aux acteurs du territoire un cadre contractuel concerté. Ce cadre renforce leur implication et leur donne les moyens d'harmoniser les différentes politiques publiques.

La charte n'est pas soumise à adhésion des communes pour le coeur ; elle l'est pour l'aire optimale d'adhésion.

Le contenu de la charte n'est pas prédéfini, il est à construire collectivement. Toutefois, certains éléments sont prévus par la loi : le territoire devra faire l'objet d'un diagnostic (inventaire du patrimoine, bilan démographique, données socio-économiques) ; les éléments constitutifs du caractère du Parc y seront définis ; le plan du coeur et de l'aire d'adhésion indiquant les différentes zones et leur vocation y figureront.

Pour le coeur, la charte comportera les **objectifs de protection** du patrimoine, qui devront être garantis par la charte à travers la mise en place de modalités d'application de la réglementation. Pour l'aire d'adhésion, la charte

indiquera **les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable** retenues pour le territoire. Les mesures de la charte permettront de favoriser ces orientations à travers les engagements réciproques de chacun dans ses domaines de compétences.

C'est au plus tard le 31 décembre 2012 que la charte du Parc national sera approuvée par décret en Conseil d'Etat. Puis, en 2013, les communes de l'aire optimale d'adhésion choisiront librement d'adhérer ou non à la charte. A l'issue de cette procédure d'adhésion, un arrêté constatera les limites définitives du Parc national.

A la suite de l'arrêt de la Charte celle-ci s'imposera aux documents de planification : SCoT et PLU. Les documents existants devront être compatibles ou révisés en vue de le devenir.

Les communes du périmètre d'étude appartenant au cœur : Valleraugue, Camprieu, Dourbies, Lanuéjols
Celles pouvant adhérer : Trèves, Causse-Bégon, Saint André de Majencoules, Notre Dame de la Rouvière
Pour les communes dont une partie du territoire est couverte par la zone cœur, la charte s'imposera à elles (notamment compatibilité des documents d'urbanisme / PLU et SCoT) Si SCoT ... Si un périmètre de SCoT inclus des communes concernées par la Charte PNC, alors l'ensemble du périmètre du SCoT devra être compatible avec la Charte, y compris les communes non-adhérentes à l'aire d'adhésion PNC.

La Charte du PNC en cours d'élaboration est donc la « toile de fond » pour l'élaboration du projet de développement du Massif de l'Aigoual, projet qui devrait s'inscrire dans les grandes orientations de la Charte, les interpréter et les rendre concrètes sur son territoire.

Les modes d'association des principaux acteurs économiques et partenaire organisation et évolution de la gestion des équipements et services

touristiques :

La gouvernance touristique : analyse

	correspondances avec la "montagne" de l'économie touristique	CdC	CG 30	Région LR	communes	Pays	OT	PNC	CCI	acteurs locaux économie touristique	assos locales (animation)	agriculteurs & forestiers	ONF	tours opérateurs
8	Commercialiser les produits		site CDT30	site "Sud de France"	Prat Peyrot - Valleraugue				le site internet CCI Alès	x				
8	Promotion du territoire		CDT 30 ?	CDT LR		x ?	xxx	x	le site internet CCI Alès	?				
7	Animation / événementiel	météosite (convention)				x	x	x		x	x			
6	Accueil : qui accueille physiquement les touristes ?						xxx	x		xxx	x	x		
6	Suivi qualité (labels y participant)			marque "Sud de France"				labels "écotourisme" + "gîtes Panda"				label "bienvenue à la ferme"		
5	Assembler des produits								CCI Alès ?	x		x	?	x
4	Faciliter / aider l'émergence d'entreprises touristiques	x				x			CCI Le Vigan					
4	Animation des acteurs / démarche de projet	x					x							
1	Entretien / aménager le territoire (chemins balignades signalétique ...)	entretien PR & rivières	entretien RD + signalétique routière		responsabilité baignade ?			entretien sentiers thématiques + signalétique				xxx	entretien routes forestières	

La gouvernance touristique de l'Aigoual :

un rôle incitateur vs un rôle catalyseur

L'offre aujourd'hui est émiettée en une multitude d'acteurs, certains fonctionnant en réseau informel (chaque acteur se renvoie la clientèle), chacun ayant une logique propre de commercialisation, appartenant / ayant développé un réseau spécifique.

Les acteurs sont autonomes et ont développé plein de stratégies, de moments forts d'animation ou événementiel (c'est une richesse à conserver et encourager).

Le constat est aujourd'hui fait qu'il s'agit d'une économie de cueillette : les acteurs locaux attendent que les visiteurs passent et veuillent bien s'arrêter chez eux.

Maintenant cela ne suffit plus.

Pour que les gens viennent, vu la multitude d'offres comparables à celle du territoire, il faut que l'Aigoual soit présent dans leur esprit et que le territoire leur propose ce qu'ils attendent (ou qu'ils ne savent pas qu'ils attendent).

Il faut donc organiser l'économie touristique locale pour passer d'une économie de la cueillette à une approche dynamique : le territoire se montre et attire les visiteurs.

Deux positionnements possibles pour la CDC par rapport au renforcement de l'économie touristique locale :

1 – avoir un rôle incitateur : les acteurs publics conduisent des actions vigoureuses pour encourager les acteurs économiques locaux à se regrouper pour proposer des offres cohérentes et lisibles.

2 - avoir un rôle catalyseur : construire et commercialiser des produits de loisirs de pleine nature (construction d'une offre appuyée sur ce qu'offre le territoire et organisée autour de son utilisation solvabilisée), produits qui associent l'ensemble des acteurs locaux dans l'économie touristique.

Par exemple le produit pourrait être un week-end « neige » avec un jour de ski et un jour de promenade en raquette ; pour constituer ce produit il est nécessaire :

- un lieu d'hébergement qui offre une prestation hôtelière (lieu chauffé, lits faits, serviettes dans la salle de bain et petit déjeuner inclus ainsi que le ménage)
- la fourniture de forfaits (ski), la location de matériel sportif et la prestation d'un accompagnateur pour la balade en raquette
- une offre de restauration de qualité, représentative du terroir, offre qui peut se prolonger par l'achat de produits du terroir

Pour réaliser l'objectif 1, un/les acteurs publics favorisent et dynamisent les rencontres entre professionnels du tourisme : opérateurs d'activités de pleine nature, hébergement, produits agricoles (agrotourisme). Les acteurs publics accompagnent également les efforts de commercialisation et de promotion. Les outils actuels (OT majoritairement) suffisent dans le cadre d'une politique publique incitatrice.

Pour réaliser l'objectif 2, un/les acteurs publics ont pour rôle d'activer toutes les synergies de production de richesses à partir du territoire commun ; un/les acteurs publics ont donc un rôle d'ingénierie générale et de conduire de projet (cela inclue la vérification constante de la qualité des biens produits (c'est le rôle du label), comme dans toute économie compétitive).

Les acteurs publics intègrent dans leur démarche la nécessité de construire des produits qui ne pourraient pas voir le jour sans eux, parce qu'on associe quatre prestataires pour un même produit par exemple. Un outil spécifique d'assemblage et commercialisation de produits touristiques et de pilotage économique du territoire devra voir le jour.

Les produits qu'il serait possible de constituer « rapidement » :

- pour mobiliser les gîtes : rando « itinérante » sur n'importe quel thème : raquette, promenade âne ou cheval, vtt Voir plus haut assemblage hébergement/restauration/activité ... ça semble assez « facile »
- journée ou deux jours « pleine nature » étudiants au départ Mtp ou Nîmes : transport + forfait (centrer l'exemple sur le ski)/matos + accompagnement ; si deux jours gîte + fête (c'est là que ça pose pbm ... pas une boîte de nuit dans le coin)
- pour mobiliser hébergements collectifs (cantines produits locaux) : semaine classes vertes ou blanches. Il manque des outils pédagogiques « clés en mains » pour inciter et accompagner les enseignants, les thèmes seraient l'écosystème, l'écologie, le climat, connaissance de la forêt ... il semble possible de développer une semaine de pédagogie avec tout ce qu'il y a ! Le public est dans les zones péri-urbaines

Mtp Nîmes ; l'objectif est d'inciter les enseignants avec des fiches/outils d'expérimentation pédagogiques tous prêts.

- Pour mobiliser les hôtels : accueil d'autocaristes ... l'hébergement hôtelier actuel est-il en phase avec les attentes d'autocaristes ?
- Pour mobiliser les résidences secondaires ... plusieurs pistes existent.

Tout cela pourrait être des objectifs à 3 ans.

VI – Qu'est ce qu'on vend ? les produits

ATOUTS

L'Aigoual comme pôle d'activité :

- Météosite et départ/arrivée de randonnée.
- Objectifs pour les motards , cyclistes et randonneurs.

Des sites naturels exceptionnels et aménagés :

- Abîmes de Bramabiau, grotte de Darjilan, cirque de Navacelles, Montpellier le Vieux

Une offre de sentiers de randonnée attractive

- Chemin de St Guilhem, GR 70 à proximité.
- Réseaux de sentiers du parc.
- Randonnées avec les ânes.

Un réseau associatif dynamique porte les activités

- Vélo club , foyer de ski de fond...
- Des événements attractifs comme les 4000 marches

OPPORTUNITÉS

Des jours où développer la fréquentation :

- Hors week-end : mardi, jeudi, vendredi.

Des activités porteuses à développer :

- Parcours acrobatique en hauteur.
- Activités créatives/contemplatives : aires panoramas, tables de dessin (type randocroquis).
- Ski ludique : snowpark, slope style, nordic parc...

L'itinérance et les itinéraires de découverte :

- Labellisation des sentiers VTT.
- Signaler l'Aigoual et en faire un objectif de montée.
- Développer les randonnées avec ânes.
- Tester les vélos électriques depuis l'Espérou.
- Renforcer la route de l'oignon : pour augmenter les ventes directes.
- Créer une route des itinéraires remarquables.
- Aires de pause avec panorama pour les cyclo et moto.

Développer les activités d'eau :

- Accès aux sites de baignade et pêche.
- Parcours de canoë accessibles à tous.
- Sites de pêche.
- Sources de l'Hérault à faire découvrir? (ex.Doubs ?)

Favoriser la découverte du patrimoine :

- Sentiers thématiques et sensoriels autour de l'oignon, du bâti Cévenol et de la vie de la forêt.
- Raconter les mythes locaux ? (Bramabiau, le bœuf qui beugle)

Structurer les activités de pleine nature

- Bureau des guides
- Topo guide et séjours multi-activités
- Affichage du territoire au Vibram Natural Games ?

FAIBLESSES & PARADOXES

Des activités manquantes :

- Des activités attractives pour les jeunes et adolescents : bike-park, accrobranche, salle de jeux, parcours slope style à Prat-Peyrot, patinoire.
- Pas d'activité qui fédère le massif en période hors-neige (la randonnée pourrait être cette activité).
- Pas de forfaits activités territoire.
- Peu d'activités couvertes en cas de pluie
- Peu de sites du patrimoine valorisés (église et temple à L'Espérou) et ouverts à la visite.
- Pas de piscine publique.

Un déficit d'équipements d'activités porteuses :

- Pas de bornes kilométriques ou de comptage pour les cyclotouristes.
- Pas d'activités accessibles aux handicaps.
- Peu d'accès aux rivières pour la baignade, les embarcations légères et la pêche initiation.
- Pas de navette Prat-Peyrot/ L'Espérou en hiver.

Des activités trop pointues

- Le VTT s'adresse par exemple à des pratiquants uniquement avertis : tracés exigeants.
- Peu d'offre de mise en tourisme du patrimoine.
- Départ des pistes de ski de fond raides.

Les activités de cueillette : un atout nature peu valorisé

- La cueillette est dévalorisée par quelques "pilleurs" qui handicape l'accueil des promeneurs et visiteurs journée.
- L'offre de restauration peut apporter des retombées.

Les sites de pratique sont éclatés

MENACES

Cohabitation d'activités dans le périmètre du parc

Des activités sont fragilisées car elles reposent sur des bénévoles

Réglementation

- Accès à la baignade
- Événementiel, accueil des scolaires

Concurrence sur les activités de pleine nature

- À proximité des agglomérations : Camargue, Parc du Haut Languedoc, Millau, lac de Pareloup, Mont Lozère, Aubrac,...
- En région LR-PACA : sud Ardèche, Diois, Lubéron, Haut Var-Verdon, vallée de la Tinée, Minervois, Pyrénées catalanes : des pays structurés autour des APPN.

Hébergement touristique

ATOUTS

Des équipements pour l'accueil des groupes :

- Gîtes d'étape
- Gîtes équestres

L'appartenance aux Cévennes comme distinction :

- Du bâti remarquable pour certains gîtes
- Label Cévennes écotourisme, reconnu en Europe et incitatif pour les hébergements locaux. Base pour le développement de l'écotourisme dans les Cévennes et autour de l'Aigoual.
- La possibilité d'être logé au cœur d'un parc national : c'est unique en France !

OPPORTUNITÉS

De nouvelles offres plus "nature" à proposer :

- HLL.
- Tipis, yourtes.
- Exemple du camping du Bout du Monde.
- Incitation à l'écotourisme par le Parc.
- Réhabilitation gîtes dans un style "Aigoual".
- Réouverture de la maison Périer.

Développement de la qualité de l'offre

- Label Clévacances
- Qualité sud de France
- Connaître la nature des résidences secondaires pour voir si certaines peuvent être réhabilitées et mises en marché.
- Voir les possibilités d'hébergements cyclotourisme et pêche.
- Installation bien-être

FAIBLESSES & PARADOXES

Des hébergements vieillissants :

- L'offre n'est pas toujours adaptée aux attentes actuelles : des équipements simples mais confortables, un style simple mais acéré dans le pays (matériaux, décoration).
- Le style de construction bois et pierres n'a pas de caractéristiques Aigoual Cévennes, il banalise le paysage.
- Pas d'accessibilité handicap.
- Ne répondent plus aux exigences de développement durable et économies d'énergies.

Peu d'outils de réservation hors OT

Peu de résidences secondaires mises en tourisme

- Pas de relations avec les résidents secondaires.

Faible période d'ouverture des campings : juin à Septembre

Période d'ouverture aléatoire de certains hébergements

Des hébergements qui font aujourd'hui défaut

- Des campings dans la vallée de l'Hérault.
- Refuges pour l'itinérance.
- Des offres atypiques : bivouac, cabanes...
- Pas d'aire, ni de "stratégie" pour l'accueil des campings-cars.

MENACES

Des offres "déconnectées" du marché touristique

Restauration /Commerces/ services

ATOUTS

Les produits locaux

- Pélardon, oignons doux des Cévennes, châtaignes, cèpes, IGP miel des Cévennes, pommes, truites, coupe Cévenole, mouton, liqueur, Badjana, roquefort, agneau,...

Label Bienvenue à la ferme : label reconnu

Label local : terres d'Aigoual

- Regroupement d'agriculteurs autour d'un seul label sur un site de passage (col de la Serreyrède), en cohérence avec l'OT et le parc des Cévennes !.

FAIBLESSES & PARADOXES

Territoire avec peu de pharmacies, DAB, stations services...

Difficulté de pouvoir "manger à toute heure"

Valorisation "timide" des offres :

- Exemple du snack où l'on sert des produits locaux mais sans l'afficher !

Des offres manquantes :

- Pas de plat local typique : des produits nombreux et de qualité mais pas de spécialité
- Pas de salon de thé
- Pas de café de pays
- Pas de restauration sur toutes les communes

OPPORTUNITÉS

Créer un menu ou une assiette de l'Aigoual :

- Valoriser l'histoire des produits du terroir : l'oignon et les terrasses Cévenoles, le roquefort et ses Causses, les pommes et le soleil du pays Viganais...
- Proposer un menu biologique ?

Réseau à structurer et professionnaliser

- Formation à l'accueil et présentation du territoire
- Formation cuisine pour développer des plats locaux

Candidatures sites remarquables du goût

MENACES

Cantonner les savoir-faire locaux à de bons produits au lieu d'une découverte globale :

Celle-ci conjugue

- l'expérience des sens du "gustatif", la subtilité du "toucher", le plaisir de "l'ouïe" et la sollicitation du "regard".
- l'expérience de la découverte des espaces, de leur histoire.
- l'expérience de la mémoire, ce qui permet de se construire une connaissance personnelle
- l'expérience du sens, ce qui permet de comprendre pourquoi cela est ici.

Enjeux = offrir ce que la clientèle recherche ... voire « solvabiliser » l'offre

opportunités :

activités : le territoire peut offrir des pratiques sportives 4 saisons,

hébergements touristiques : de nouvelles offres plus « nature » à proposer + mobiliser les résidences secondaires

restauration : créer une gastronomie à partir des produits locaux

menaces :

cohabitation des différentes activités sur un même périmètre + réglementation

hébergements touristiques : des offres déconnectées du marché (c'est un gros point noir).

Restauration : aucune, on ne peut qu'améliorer la situation

Logique de site et d'accueil

ATOUTS

La singularité des Cévennes :

- Les villages Cévenols ont su conserver leur identité et leur authenticité : Mandagout, Valleraugue...
- Périmètre du Parc National des Cévennes : "on pénètre dans un espace protégé et identifié".

Un office de tourisme au carrefour du territoire :

- OT à la Seyrrèrède bien placé à la convergence des vallées du massif de l'Aigoual et des différentes communes.
- OT & Maison du parc : un accueil d'envergure et un lieu d'animations.
- Regroupement de l'office de tourisme des 2 cantons pour fédérer autour de l'accueil.

OPPORTUNITÉS

Utiliser l'Aigoual comme "phare" du territoire :

- Point de convergence à signaler depuis le bas des vallées.
- Des cartes peuvent expliquer la singularité de ce sommet entre vallées profondes et Causses : maquettes de l'Aigoual. Pour montrer les vallées.
- Les visiteurs peuvent rayonner sur un territoire exceptionnel depuis l'Aigoual : du littoral aux Causses.
- Matérialiser le territoire de l'Aigoual/Cévennes avec une porte d'entrée ?

Les villages sont des points d'accueil :

- De la signalétique attractive (totems, bornes) peut-être placée dans chaque village.
- Le bâti peut supporter de la signalétique.

Utiliser les nombreux points de vue comme des "haltes pour étonner"

- Des belvédères plongeants et des panoramas à 360° sont de bons prétextes pour prendre le temps de découvrir le territoire.

Professionnaliser l'accueil

- Formation à l'accueil avec un argumentaire "massif de l'Aigoual"
- Proposer des éducteurs aux professionnels sur le territoire pour mieux connaître l'offre et ses voisins proches.
- Définir un style Aigoual/Cévennes pour le massif à décliner dans les lieux d'accueil.

FAIBLESSES & PARADOXES

Peu de points d'informations :

- Peu de sites pour donner des informations géographiques.
- On ressent peu l'entrée dans le parc national des Cévennes : peu de signalisation.

Des aménagements banalisants :

- Des délaissés qui pénalisent l'image "nature" du massif de l'Aigoual.
- De l'urbanisme et architecture peu cohérents (L'Espérou) qui pénalisent les efforts de préservation des villages Cévenols du massif.
- Très peu d'aménagement singuliers pour s'arrêter en bord de route, peu d'aire de panorama pour profiter de la vue sur les terrasses de culture d'oignons : les motards, automobilistes et cyclotouristes y sont très sensibles.
- Embellissement privé faible : peu d'abords fleuris, de charme pour inciter à faire une pause et consommer.

Une qualité d'accueil hétérogène :

- Un accueil "impersonnel" dans certains hébergements en haute saison.
- Des dysfonctionnements à Prat-Peyrot : temps d'attente aux remontées mécaniques, accueil à la vente de forfait, parking non paysagé en cœur de parc.

MENACES

Ne pas chercher à séduire les visiteurs :

- Avec des aménagements peu attractifs et peu de points d'arrêt, les visiteurs risquent de passer leur chemin alors que l'on est sur un territoire de caractère avec des sites remarquables.

Des loisirs et vacances dépendants de la voiture :

- La découverte du massif de l'Aigoual ne se fait aujourd'hui qu'au travers de la voiture et exclue les visiteurs sans voiture ou à la recherche de vacances "douces", sans automobile.

Animations et événements

ATOUTS

Un tissu associatif dynamique

Des Temps Forts pour le massif de l'Aigoual :

- Fête nature du Parc des Cévennes
- Trail des Hospitaliers : 15000 personnes estimées
- Transhumance : entre 3000 et 5000 personnes
- Fêtes votives

L'Aigoual, emblème des événements et quelques animations :

- Trail
- Montée des 4000 Marches
- Rallye automobile
- Randonnée "sculpture de l'eau et du vent"

Le météosite, un lieu pour des animations uniques :

- Découverte de la météorologie
- Conférences remarquables : Joël Collado, "le fond de l'air effraie".

Animations et ateliers à la Maison du bois, Camprieu

Animations proposées par le parc des Cévennes

FAIBLESSES & PARADOXES

L'Espérou : une station peu animée, à l'image du territoire

- Peu d'animations en saison à l'Espérou alors que l'hébergement y est concentré.
- Peu d'animations dans les villages en soirée.

Peu d'animations sur le patrimoine du massif :

- Animations associatives
- Patrimoine peu mis en valeur (temple et église à l'Espérou).
- Peu d'animations sur la forêt hors randonnées et Maison du bois.

OPPORTUNITÉS

Fédérer le potentiel associatif :

- Organiser une manifestation intercommunale pour les habitants.

Positionner l'Aigoual comme une destination de référence pour les activités de pleine nature :

- Créer une course sportive autour de l'Aigoual ?
- Renforcer les événements actuels
- Utiliser le positionnement de l'Aigoual (territoire) dans la communication événementielle.
- Se positionner comme site de pratique pour les Natural Games de Millau.

Développer l'animation sur les lieux d'hébergement et d'activités :

- Camprieu et l'Espérou
- Animation régulière autour de la nature pour les familles à Prat-Peyrot.

MENACES

Faible lisibilité des animations car peu liée à l'Aigoual : banalisation !

Essoufflement des associations qui s'investissent beaucoup et peuvent se décourager

ATOUTS

Notoriété des Cévennes :

- GR 70, Sud de la France, randonnée, Camisards...
- Parc national : notoriété, présence sur des salons (ex. salon de la randonnée à Lyon), affichage écotourisme

Notoriété du centre Météo :

- Une présence médiatique qui profite au territoire pour faire parler de lui auprès de clientèles cibles éloignées...

Offres packagées par Cévennes Tourisme

- Ex : séjour raquette panoramique La conquête de l'Aigoual

La randonnée commercialisée par des agences nationales :

- Chamina : "au cœur des Cévennes méridionales"

Des sites de notoriété, "ambassadeurs" du territoire

- Bramabiau, Darjilan, Randals Bison...

OPPORTUNITÉS

Investir dans une communication animation auprès de prospects régionaux :

- Animation culturelle, commerciale.
- Développement des salons de proximité
- trouver des relais de marque à associer (nature et découverte, Botanic... Décathlon

Renforcer la notoriété du Mt Aigoual par le météosite :

- Climat "extrême" et base de test pour du matériel technique : couverture médiatique.
- Présence sur les sites météo et articles sur l'usage fait de ce site hors norme.

Développer la page Facebook :

- Mise à jour à travers l'OT
- Vidéos YouTube

Candidature des Causses et des Cévennes au patrimoine mondial de l'Unesco.

FAIBLESSES & PARADOXES

Faible lisibilité de l'offre Aigoual

- Le site web de l'OT est en 5^e position dans Google
- La 1^{re} entrée sur Google est Prat-Peyrot
- L'hôtel du Mont-Aigoual est à Meyrueis !
- Cohérence de la destination Causses-Aigoual-Cévennes : des appellations connues mais peu porteuses ensemble.
- Notoriété de la destination Sud Cévennes à estimer

Un potentiel d'image sous-exploité :

- Peu d'images de l'observatoire enneigé (givre sur les panneaux et les arbres).
- Vues plongeantes sur les vallées.
- Point culminant d'un territoire au cœur des Causses, vallées profondes et moyenne montagne.

MENACES

Une stratégie de conquête sur des cibles très éloignées qui épuiserait les ressources

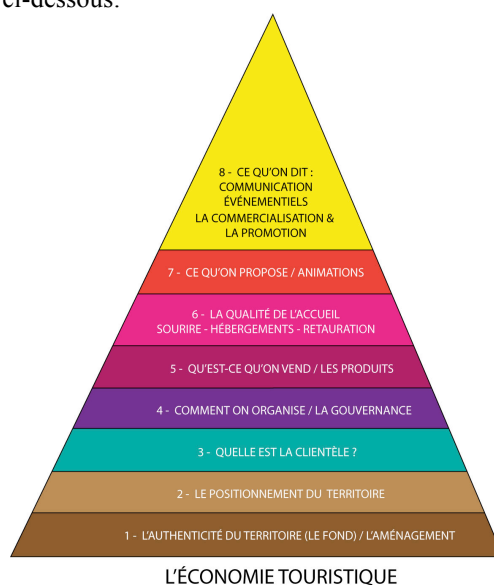
Enjeux = construire une stratégie de communication ;
opportunités : la notoriété de l'Aigoual ;
menaces : une stratégie de conquête sur des cibles trop éloignées épuiserait les ressources

X Des enjeux et orientations sur lesquels fonder une réflexion prospective

L'économie touristique c'est la rencontre entre d'une part l'agrégat de divers éléments, compétences et services offerts par un territoire et ses habitants, agrégat qui peut-être qualifié de produit, et d'autre part des visiteurs, des clients : pour Anne Amblès (2002), militante incontournable du tourisme responsable, « Le touriste consomme du rêve, des espaces, une population, une culture, de la couleur locale ; surtout, c'est lui qui est transporté : le produit, lui, ne peut être stocké, il est considéré comme une exportation, sa clientèle est volatile. ».

Le tourisme est donc la rencontre entre un territoire et ses habitants et des visiteurs et leur ressenti : ÊTRE EN VACANCES ; le tourisme est un domaine complexe très largement affaire de sensibilité et d'émotions autant que de technique et de commerce.

Les différentes composantes (techniques et commerciales) de l'économie touristique ont été ordonnées suivant leur « volatilité » depuis les éléments les plus pérennes (le territoire, le paysage) aux plus immatériels (la communication) dans le schéma ci-dessous.



Chaque composante, maillon, est essentielle à la réussite de l'économie touristique : la réussite de tous est donc l'affaire de chacun.

Au terme de l'état des lieux, voici les premiers enjeux et orientations sur lesquels fonder une réflexion prospective à 10 ans :

- une clientèle existe et est déjà là : il faut la « chouchouter » et la développer, la fidéliser ... se donner un délai raisonnable pour développer et structurer des offres (marchandes comme non-marchandes) 3/5 ans puis arriver à attirer une clientèle de séjour
- le tourisme de 4 saisons est un tourisme de proximité : « remettre à neuf » la locomotive de chaque saison (en particulier élargir l'offre de Prat Peyrot en vue de résorber le déficit structurel) semble être une priorité
- différents axes d'actions sont déjà identifiés, il convient à présent d'ordonner avec l'ensemble des acteurs les axes pour élaborer/construire la stratégie globale du territoire.

Propositions d'axes de développement touristique :

Les actions qui auront un véritable "effet levier" sur le développement du tourisme.

➔ Qualité des hébergements

Rénovation des hébergements dans un style Aigoual. Proposition de feuilles de style et conseil de rénovation aux propriétaires.

Label qualité sud de France, Cévennes écotourisme et Clévacances pour répondre aux attentes de confort actuelles.

Équipement pour l'accueil des clientèles itinérantes comme les motards et cyclistes et clientèles de niche comme les pêcheurs.

→ Créer un plat, une gastronomie de l'Aigoual

Pour "marquer" l'identité de l'Aigoual par le goût, les odeurs et les couleurs.
Utilisation de nombreux produits locaux, particulièrement des AOC et IGP.

→ Les routes comme "vitrine" du territoire

Pour découvrir les paysages, les terrasses d'oignon, la géologie, la forêt reconstituée au travers de belvédères, aire de pause et points d'arrêt : automobilistes, cyclistes, motards, camping-caristes.
Signalétique pour "mener" à l'Aigoual.

→ L'aménagement de l'Aigoual

Site d'activités, d'observation, départ de randonnée, belvédère, image du territoire, support d'animation : organisation de toutes ces activités autour du symbole de l'Aigoual.

→ Professionnalisation des acteurs du tourisme

Mise en place de gestes d'accueil, de conseil en séjour.
Label qualité Sud de France.

→ Elargir la fréquentation du territoire : mardi, jeudi, vendredi en saison & tous les jours en intersaison.

Offres à destination des étudiants, des locaux, des retraités, des résidents secondaires : package avec bus, nouvelles activités et animations...

→ Structuration et développement des activités de pleine nature

Partenariat avec le parc des Cévennes pour en renforcer l'attrait et préserver le patrimoine naturel.
Sentiers de découverte, pêche, VTT, eau calmes et eaux vives : la filière est riche sur le massif de l'Aigoual.

Dans le cadre de la démarche participative de l'étude,

- démarche dont l'objectif est de mobiliser les acteurs du Massif qui devront décider de leur avenir comme ceux qui devront gérer ou utiliser les aménagements il convient de diffuser ce rapport afin d'étayer les choix en terme de positionnement touristique.
-

La prochaine étape sera de :

- Positionner l'offre du Massif de l'Aigoual : donner une image cohérente, voulue et attractive aux clientèles
- Rédiger les axes de développement
- Rédiger les titres de fiche-actions

Positionnement : rédaction

À partir du positionnement retenu, AGC rédigera un document définitif qui servira de copy strategy pour la communication : brochure, site Internet, flyers, signalétique.

Ce positionnement sera décliné en axes de développement.

Axes de développement : rédaction des axes

Plusieurs axes de développement sont possibles dans le scénario retenu. Ils permettent de développer au mieux le positionnement et d'être par la suite le plus exhaustif possible dans la préconisation des actions.

Par exemple : le poids des activités et équipements l'été, par rapport à l'hiver.

Ils seront définis sous la forme suivante :

- Objectif,
- Clientèles cibles,
- Faisabilité technique
- Fonctionnement
- Implantation sur une carte
- Options éventuelles d'aménagement par tranche ou par équipement
- Avantages et les inconvénients de chaque opération

Rédactions des titres de fiches-actions

Un plan d'actions, présentant les titres de fiche-actions, sera proposé au comité de pilotage. Les actions jugées les plus adaptées et prioritaires seront développées.

Annexe - Gouvernance des territoires touristiques : l'économie confrontée à l'urgence de la gestion urbaine et sociale¹

Emmanuelle Marcelpoil, Cemagref Grenoble
Emmanuelle.George-marcelpoil@grenoble.cemagref.fr

Liliane Bensahel, PEPSE-CREPPM, UPMF
liliane.bensahel@upmf-grenoble.fr

Vincent Vlès, UMR SET, Université de Pau et des Pays de l'Adour
Vincent.vles@univ-pau.fr

ASRDLF, 11-12 et 13 juillet 2007, Grenoble-Chambéry.
Les dynamiques territoriales : débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires

Introduction

La communication porte sur la question de la gouvernance et des éléments de régulation qui se déploient aujourd'hui dans les territoires touristiques et notamment dans les stations de sport d'hiver. Ces territoires touristiques particuliers ont historiquement été associés à une économie de rente. Les caractéristiques naturelles, neige et altitude, ont constitué un avantage particulier, une source de revenu pour les économies locales, entraînant par là même, des comportements et des modes de fonctionnement spécifiques sur ces territoires.

Si le développement économique actuel de beaucoup de territoires montagnards reste fortement lié au tourisme, et en particulier aux stations de sport d'hiver, les incertitudes sont aujourd'hui réelles. Elles renvoient à la maturité du marché, au changement de clientèle (vieillesse de la population aisée, modes de consommation différents, demande plus labile,...), à l'obsolescence d'une partie des installations, aux difficultés d'enneigement notamment en moyenne montagne, à la forte concurrence avec les nouveaux pays entrants dans l'Union européenne.

C'est finalement la question des capacités de régulation des stations et plus globalement des territoires touristiques qui est posée. Cette notion de régulation renvoie à l'articulation entre différentes échelles (du local au national), au statut des acteurs, privés comme publics, aux conceptions sous-jacentes en termes de développement, et fait aujourd'hui débat. Cette communication a pour objectif d'identifier et de qualifier, avec l'exemple privilégié des stations de sport d'hiver, les principales variables de la gouvernance des destinations touristiques, leur degré d'articulation ainsi que leurs conséquences en termes de développement.

Dans une première partie, nous reviendrons sur l'émergence de la gouvernance, comme marqueur de l'évolution de l'action publique, à différents échelons décisionnels.

Son application au champ du tourisme nous conduira à en préciser les caractéristiques et la pertinence dans une deuxième partie. En particulier, l'élaboration d'un projet de territoire, négocié entre les diverses logiques, est au cœur des réflexions.

Ainsi, la troisième partie mettra en lumière les caractéristiques de la gouvernance dans les territoires particuliers que sont les stations. Les projets de stations se déclinent selon différentes clefs. Le marketing est traditionnellement mobilisé pour construire et promouvoir une image et une identité pour

¹ Cette contribution repose sur la mobilisation de matériaux empiriques récoltés dans différents contextes territoriaux, en France, dans les massifs des Pyrénées, des Alpes et à l'étranger, notamment en Europe de l'Est ; des matériaux qui ne seront pas détaillés dans cette communication.

les sites. D'autres études sociopolitiques et économiques (François, Marcelpoil, 2006) se sont intéressées aux phénomènes immobiliers et fonciers dans l'organisation mais aussi dans l'attractivité de ces sites. La prise en compte de la main-d'œuvre est un axe plus récemment mobilisé. De simple réservoir, inépuisable et substituable, la main-d'œuvre est aujourd'hui perçue comme capital humain et donc une richesse à mobiliser. Loin d'être restrictive, l'approche en termes de capital humain peut également concerner la population permanente. Dans une dernière partie, nous examinerons les enjeux liés à la planification spatiale, domaine encore peu mobilisé en montagne, et à l'aménagement des espaces publics dans une optique de valorisation paysagère et urbaine (Vlès, 2005 et Clarimont, Vlès, 2006). La restructuration, la modernisation, le renouvellement de l'image des stations par la composition urbaine et leur mise en valeur architecturale sont devenus une des conditions de leur attractivité et ne sauraient échapper, en conséquence, à un profond réexamen de leur projet urbanistique.

I. La gouvernance, marque de l'évolution de l'action publique

Un recul de l'Etat central

Point n'est besoin de revenir aujourd'hui sur la réalité des mutations de l'action publique aux niveaux international comme européen ; des évolutions qui vont de pair avec l'affirmation de la notion de gouvernance. L'émergence de cette notion, dans la plupart des pays européens (Lorrain, Stoker, 1995) s'inscrit dans un contexte sociétal national spécifique, marqué par la fragmentation et le retrait de l'Etat, centralisateur et centralisé en France (Le Galès, 1995) et l'accroissement du secteur privé. Des tendances que Le Galès (1995, 2003) confirme à propos du renouveau des villes européennes. Ces dernières sont ainsi perçues comme des « acteurs politiques, sociaux et économiques, une émergence favorisée par la remise en cause des Etats, du fait de la mondialisation de l'économie et, pour ce qui nous concerne de l'intégration européenne ».

La mobilisation de la gouvernance en lieu et place du gouvernement a pu donner lieu à débats, notamment sur le caractère interchangeable ou non des deux termes (Jouve et al. 1995 ; Le Galès, 1995) ou l'influence de la gouvernabilité des Etats et de leurs échecs sur le succès de la gouvernance (Mayntz, 1993).

L'affirmation d'une diversité d'acteurs

Au-delà des débats, tous conviennent du moindre poids de l'Etat et de l'implication grandissante des acteurs, qu'ils soient économiques ou issus de la société civile. Les sociétés se distinguent en effet de plus en plus, par l'existence de réseaux, de groupes d'acteurs ayant chacun leurs propres logiques, intérêts et dont l'autonomie, certes relative, les conduit souvent à résister aux injonctions du gouvernement central.

S'agissant des entreprises, la constitution de réseaux, de rapprochement d'intérêts met en avant l'acception stricte de la gouvernance, définie comme une forme d'organisation interentreprises que caractérisent les relations de pouvoir, au-delà du marché (Storper, Harrison, 1992 ; Storper, Walker, 1989²). Ces organisations renouvellent le regard sur le partage marchand/non marchand, notamment au travers de la concurrence/coopération entre entreprises. Ce sont ces caractéristiques que Gilly (2004) a résumées dans sa typologie des modalités de gouvernance, allant d'une forme de gouvernance privée jusqu'à une modalité de gouvernance publique.

² Storper M., Harrison B. (1992) : « Flexibilité, hiérarchie et développement régional : les changements de structure des systèmes productifs industriels et leurs nouveaux modes de gouvernance dans les années 1990 », in Benko G., Lipietz A. (dir.), *Les régions qui gagnent*, Paris, PUF, pp. 265-291.

Storper M. et Walker R. (1989): *The Capitalism Imperative : Territory, technology and Industrial Growth*, New York : Basil Blackwell.

La gouvernance se doit donc d'intégrer la dilution des frontières entre privé et public. En particulier, la sphère privée ne se restreint pas aux seuls acteurs économiques, mais associe l'idée de démocratie participative, de prise en compte des participations citoyennes. Même si l'implication des populations est aujourd'hui avérée, des études (Fontan et al., 2002 ; Boudières, Gerbaux, Marcelpoil, 2004 ; Clarimont, Vlès, 2006) soulignent que la participation de la population est loin d'être pleine et entière, et ce quel que soit l'échelon considéré.

Le leadership politique et la négociation d'objectifs communs

Dans ce contexte, la gouvernance peut être définie comme l'ensemble des arrangements formels et informels entre intérêts privés et publics, à partir desquels sont prises et mises en œuvre les décisions (Le Galès, 1995, 2003). La multiplicité des acteurs, de leurs statuts comme de leurs logiques, questionne le sens du leadership. Nous sommes en effet loin de « la forme organisée, rationnelle, cohérente, où l'autorité locale est le lieu naturel légitime du pouvoir local et des politiques » (Le Galès, 1995). Le pouvoir est fragmenté et soulève des interrogations quant à la nature et le forme prise par le pilotage dans la gouvernance et des fondements de cette légitimité. Est-elle individuelle, associée à un acteur ou bien parvient-on à construire une légitimité collective ?

La gouvernance souligne de fait l'incohérence, le flou dans les situations et donne un cadre d'existence et de légitimation à cette fragmentation, voire à ce que certains nomment un bricolage de l'action publique (Le Galès, 1995). Ce faisant, la présence d'acteurs divers, visant des objectifs propres, impose la définition et la négociation d'une vision partagée, d'objectifs communs. En effet, l'attente est de cerner comment une action publique peut émerger d'un complexe d'interactions entre une diversité d'acteurs et de structures privées comme publiques. Ceci permet d'améliorer notre compréhension des effets de réciprocité, de l'intérêt mutuel, de la confiance, de la représentativité et du leadership.

II. La spécificité de la gouvernance touristique

Cette notion de gouvernance trouve un champ d'application particulièrement aigu avec le tourisme, et questionne la spécificité de la production touristique, entendue comme un service (Gadrey, 1992). L'approche par les caractéristiques du service nous donne de nouveaux éléments de gouvernance des territoires touristiques. En effet, le service repose sur une interaction entre le producteur et le consommateur. Le produit du service est une prestation qui se définit par un processus. Ceci implique, à la fois une continuité et une dynamique (il n'y a pas de coupure entre le temps et l'espace de production et le temps de consommation du service). Le consommateur participe aux processus de production du service et à la construction du résultat ; il existe de ce fait deux résultats, le service immédiat qui est l'ensemble des moyens offerts par le producteur pour réaliser les services et le résultat médiateur (qui est le véritable résultat du service) qui appartient à l'utilisateur du service (Gadrey, 1992). Ce double résultat introduit une forte notion d'incertitude sur l'évaluation de la prestation car la conséquence en est que le prestataire ne s'engage que sur les moyens mis en œuvre pour le service et que le résultat final (médiateur) appartient tout entier au consommateur.

La relation au lieu

C'est à partir des difficultés posées par la spécificité de la production des services et notamment des services touristiques que l'on peut appréhender les exigences de leurs modalités de production qui imposent une approche particulière de la régulation des territoires touristiques. La référence au territoire est d'autant plus importante dans les services touristiques que ce service n'est pas transportable. On doit se déplacer dans les lieux concernés et donc ceux des hommes qui y vivent pour consommer ce service. Le lien au local est obligatoire et immédiat. Le tourisme, en tant qu'ensemble de services, a donc besoin d'un ancrage fort dans le local en tant que territoire et en tant qu'identité culturelle et humaine. La participation des acteurs locaux est un critère déterminant et renvoie à la territorialisation

des ressources (François, 2007 ; Colletis, Pecqueur, 2004). C'est donc une interaction entre le touriste et l'ensemble des acteurs du territoire qui est en jeu dans le système touristique. Or, dans la plupart des cas, les projets d'aménagement sont confus et programmés à une échelle (commune, intercommunalité) qui est distincte de celle qui accueille le touriste, celle du « bassin de destination ». L'absence de prise en compte de la relation au lieu dans la gouvernance et la maîtrise d'ouvrage locales produit une grande confusion entre acteurs : on a démontré que le « millefeuille » de l'intercommunalité était une des causes principales de l'échec de la prise en compte du tourisme durable dans la gestion des ressources territoriales et l'aménagement à long terme de la montagne. (Clarimont, Vlès, 2006 : 26-38).

Le rôle de l'information

La nécessaire interaction entre le producteur et le consommateur dans la production du service introduit une véritable difficulté dans la gouvernance du processus puisque l'évaluation du consommateur, notamment en matière de loisirs et de tourisme, est largement subjective et répond, en partie, à des attentes inconscientes ou non exprimées de sa part.

Une des façons de lever l'incertitude de l'évaluation est de donner au client le moyen de construire son évaluation (une bonne appréciation est garantie de fidélité) par la diffusion de l'information et la construction de standards. Cette production d'information pour les autres prestataires et pour le client, permet à la fois un contrôle du process par les deux protagonistes de la production du service, donne également des éléments d'évaluation, permet une utilisation optimale des ressources du territoire et le positionne en terme d'attractivité³.

La production et l'échange d'information est au cœur de la production des services (on parle également d'économie informationnelle). La production d'information sur les ressources d'un territoire participe ainsi à sa régulation. Le développement des systèmes d'intelligence économique territoriale est révélateur de la nécessité de s'appuyer à la fois sur la connaissance des activités mais également sur la connaissance des compétences et des réseaux pour développer l'attractivité des territoires. Bertacchini et Girardot (2004) définissent l'intelligence territoriale comme « un processus informationnel et anthropologique régulier et continu initié par des acteurs locaux physiquement présents et/ou à distance qui s'approprient les ressources d'un espace en mobilisant puis en transformant l'énergie du système territorial en capacité de projet »⁴. De ce fait, l'intelligence territoriale peut être assimilée à la territorialité qui résulte du phénomène d'appropriation des ressources d'un territoire puis aux transferts des compétences entre des catégories d'acteurs locaux de culture différente. Dans le cadre de la mise en œuvre de tel dispositif, « le territoire est perçu comme un système organisé d'échanges d'informations reposant sur la formation de liens sociaux » (Bouchet, 2006).

L'intérêt du capital humain

La qualité des prestations touristiques souligne la question de la confiance, qui se révèle importante dans la production du service. Elle s'appuie sur des croyances collectives, des pratiques sociales et des règles institutionnelles, elle est tacite, construite ou organisationnelle (Reynaud, 1998). La complexité d'un territoire, les contraintes du territoire touristique (grande mobilité des touristes, multitude des acteurs avec des stratégies diverses vis-à-vis du territoire touristique, compétition internationale accrue, contraintes du développement durable) nécessitent de plus en plus la construction organisationnelle de la confiance avec une attention accrue à donner aux pratiques sociales et règles institutionnelles. Elle est à la fois constructrice et utilisatrice de ressources territorialisées dont le capital humain et le capital

³ on connaît la primauté de la valeur symbolique des images et messages permettant de commercialiser un territoire, mais aussi de donner du sens et de la valeur pour les habitants de ce territoire.

⁴ Bertacchini Y., Girardot J.J., 2004, De l'intelligence territoriale, actes du colloque TIC et territoires, quels développements ? Besançon, 2006. <http://isdsm.univ-tln.fr/PDF/isdsm26/3.YB-JJG-GG.pdf>

social représentent des éléments importants⁵. Aujourd'hui, il apparaît, avec le développement des services que le capital relationnel et le capital humain effectif ou l'intelligence collective (Portnoff, 2002) sont des éléments essentiels dans la chaîne de valeur. L'évolution du modèle post-fordiste de la consommation touristique renforce la demande en matière d'encadrement (qualité des ressources humaines) et d'événements (activités proposées)⁶. La production des services transforme le rôle du travail qui devient un des éléments essentiels puisque l'homme est au centre de la relation de service (modalité particulière de la production du service où l'aspect relationnel prédomine). On est passé des qualifications aux compétences dans l'approche du travail et le travail collaboratif est l'un des modes d'organisations des services relationnels.

Le capital humain (ensemble des capacités et compétences individuelles et collectives) se situe alors au cœur de la production de service. Il doit être appréhendé non seulement en termes de niveau d'éducation mais aussi dans les modalités d'organisation et de conditions de travail. Les exigences d'implication et de disponibilité, de technicité, demandées aux salariés sont importantes pour le bon déroulement du service. Les coûts de dysfonctionnement du service sont très importants et ont des conséquences importantes du fait de la simultanéité entre production et consommation du service. La croissance du capital humain passe bien entendu par l'accès à l'éducation pour l'ensemble des populations, l'augmentation du nombre de personnes ayant accès à l'université mais il est aussi augmenté par d'autres facteurs que l'on identifie moins souvent comme :

- la mutualisation des pratiques et expériences, qui nous renvoie aux réseaux,
- la reconnaissance et validation des connaissances autochtones qui sont les connaissances locales, spécifiques à une société, à une culture donnée mais aussi la base de l'information pour une société donnée qui facilite la communication et la prise de décision.

L'interaction entre capital social et services

La relation entre le capital social et le service est moins directe. Le capital social désigne les réseaux, les normes communes, les valeurs qui facilitent la coopération à l'intérieur des groupes et entre les groupes. Il prend en compte à la fois les relations sociales au sein de la famille et de la communauté, le rôle des réseaux et des normes de la société civile, la confiance, la réciprocité. Il permet d'appréhender la capacité des individus et des communautés à utiliser les ressources, les idées et les informations des institutions situées au-delà de leur cercle immédiat. Il peut être appréhendé à partir des indicateurs comme le degré de participation à la vie communautaire, l'engagement public, les actions communautaires bénévoles, la sociabilité informelle et la confiance déclarée vis-à-vis d'autrui (Putnam, 2000, 2001). Il est un élément d'évaluation de la dynamique d'un territoire et de la fragilité d'une communauté. "En posant que "les réseaux sociaux ont de la valeur" (Putnam), la théorie du capital social invite à regarder les structures sociales du point de vue de leurs « performances » en termes de bien-être individuel et d'efficacité de l'action collective » (Perret, 2002).

Nous avons déjà vu deux éléments importants pour la production des services que l'on retrouve dans le capital social : la production en réseau et la notion de confiance. Le capital social est aussi le support de l'accumulation du capital humain et de son transfert intergénérationnel. Il renvoie aux ressources qui découlent de la participation des acteurs du territoire à des réseaux de relations qui sont plus ou moins institutionnalisés (Landry, Amara, Lamari, 2001). Il devient, à ce titre, un facteur important d'innovation dans les produits et les services. Il participe de ce fait à la richesse économique comme catalyseur pour la pleine capacité des autres ressources car la confiance sociale facilite les échanges et les coordinations (Perret, 2002) et est un catalyseur pour la pleine capacité des autres ressources, le

⁵ La notion de capital social a été théorisée principalement par des sociologues américains et européens, elle valorise les réseaux comme acteur important de la réussite des projets collectifs (Granovetter, 1974 ; Bourdieu, 1980 ; Burt, 2000 ; Coleman, 1990 ; Putnam, 2000). C'est un concept polysémique qui fait l'objet de nombreux débats, notamment par les économistes, mais il est aujourd'hui largement diffusé.

⁶ Pascal Cuvelier parle des 4 E (Environnement, Equipement, Evénement et Encadrement) qui caractérisent le modèle post-fordiste au regard des caractéristiques du modèle du tourisme de masse : les 4 S (Sand, Sun, Sea and Sex). Cuvelier P., le modèle touristique in Cuvelier P ; Torres E., Gadrey J., *Patrimoines, modèles de tourisme et développement local*, l'Harmattan, 1994.

capital productif humain, les ressources naturelles et financières car la confiance sociale facilite les échanges et la coordination. Une façon de développer le capital social est d'améliorer le potentiel des organisations de la société civile. La notion de capital social valorise la « proximité organisée », elle en est la base (Réquier-Desjardins, 2004), elle participe au développement de la confiance qui est l'une des règles des « institutions invisibles » (Dupuy et Torre, 1996) qui régissent les comportements des acteurs. Ces ressources participent à la dynamique et à la différenciation des territoires. Colletis et Pecqueur (2004) parlent d'une métamorphose qui permet de passer de la ressource générique à l'actif spécifique. La vitalité du capital social d'un territoire est alors une source importante de ressources, et d'innovation. Elle participe également, en relation avec l'idée de reproduction, à la dimension sociale du développement durable. Une part des impératifs du développement durable reprend les problématiques du bien-être à travers les notions de capital humain, de capital social et de durabilité sociale (démocratie, proximité, solidarité), de transmission aux générations futures. L'un des corollaires du développement humain collectif est de faire de chaque individu un agent (un acteur) en saisissant leur capacité d'initiative que l'on reconnaît les individus comme responsables (Sen, 2000).

III. La gouvernance dans les stations de montagne

La station, un ensemble de services

Les stations de sport d'hiver constituent un objet particulièrement pertinent de la réflexion en termes de gouvernance. En effet, ces entités représentent un ensemble de services. Leur production relève d'un processus particulier, impliquant le consommateur, responsable pour partie de la prestation finale et donc de la satisfaction qu'il en retire. De plus, le client a tendance à percevoir la station comme une simple « boîte noire ». Dans ce contexte, le tourisme est aujourd'hui considéré avant tout comme un pôle de services, une combinaison de plusieurs types de services, que comme une industrie⁷. Ceci signifie que ce n'est plus l'intensité capitalistique (nécessaire à la mise en place des grands projets de tourisme de masse) qui est importante même si elle demeure (et existe également dans les services) mais plus les caractéristiques liées au fonctionnement des services qui sont porteuses d'innovation. Ces particularités du fonctionnement des services peuvent être utilisées pour analyser les modalités de fonctionnement des territoires touristiques et les éléments de leur gouvernance.

La station, reflet de configurations privé-public

La lecture des stations en termes de gouvernance, s'avère particulièrement pertinente, et ce à deux niveaux. Sur le plan historique, les stations ont toujours été le fruit de relations entre des acteurs privés et publics. En effet, les premières initiatives, portées par des entrepreneurs extérieurs ou des gens du pays, voire des élus ont été relayées par la force publique, notamment par le biais des financements. De même, la mise en œuvre du Plan Neige et de la station rationnelle, a bénéficié de l'implication parfois centrale de la population locale et de quelques acteurs entrepreneurs. Les relations privé-public ont de fait porté le développement touristique en montagne, et la création d'un parc de stations mondialement reconnu. Plus récemment, la loi Montagne de 1985 est venue entériner et conforter ces processus de contractualisation entre intérêts privés et publics (Gerbaux, Marcelpoil, 2006). La commune ou les communes support(s) de station(s) occupe une place centrale dans le pilotage de l'activité touristique et sa pérennité. Différentes configurations existent, allant de la délégation complète à l'acteur privé, en l'occurrence le gestionnaire de remontées mécaniques, jusqu'à la maîtrise publique de la station, en passant par des situations intermédiaires.

⁷ Le système touristique est un phénomène complexe, qui met en relation de multiples partenaires. Le système fonctionnel réduit de Gunn, Gupta et Mc Intosh repris par Cuvelier (1994) comporte sept composantes de base qui sont : les touristes, c'est-à-dire la demande ; les attractions ; les services touristiques (logement, repas, agences de voyage, animation) ; les infrastructures de base ; les transports des passagers ; le sous-système d'information ; le sous-système de promotion et commercialisation.

Les stations ou la nécessité d'un pilotage partagé

Ces situations tendent à brouiller les frontières entre le privé et le public dans les stations, et ce dans le cadre des mutations de l'action publique évoquées ci-dessus. Le mode de production, particulier aux services et qui plus est aux stations, contribue à fragiliser les partenaires et leur impose des stratégies communes fortes afin de faire face à la demande.

Le pilotage est donc crucial ; il s'appuie sur le sens donné au territoire et le confirme. Il permet également de dépasser les logiques individuelles. Le partage d'un diagnostic de la station, de ses atouts comme de ses dysfonctionnements constitue un premier défi. En effet, ceci implique de dépasser la seule relation entre commune et opérateur de remontées mécaniques, pour intégrer l'ensemble des autres prestataires, souvent indépendants, qui constituent l'offre touristique. En ce sens, la station est un système économique, caractérisé par un tissu d'entreprises touristiques avec une forte proportion de travailleurs indépendants. Les entreprises sont étroitement interdépendantes et liées à une dynamique d'ensemble. Elles développent des rapports de concurrence et de coopération, permettant d'élaborer des stratégies d'adaptation plus ou moins collectives.

Le diagnostic de la station repose certes sur la performance économique, mesurée au travers de critères quantifiés telle la fréquentation touristique. Il doit cependant intégrer, nous semble-t-il, des paramètres sociaux, culturels et humains. En effet, sous l'effet de la montée des revendications participatives, portant sur des thèmes très variés, la sphère civile se structure, porte des attentes de réelle implication dans les choix de développement. Ces aspirations concernent autant l'environnement, le maintien d'un patrimoine culturel, architectural que l'amélioration des conditions de vie des actifs saisonniers ou non, et plus globalement de la population permanente.

La participation de ces divers acteurs au fonctionnement de la station souligne en premier lieu, la diversité des points de vue, oscillant entre développement économique et intérêt général. Cette variété renvoie d'autre part, à la nécessité de dépasser ces logiques pour construire une stratégie partagée, commune et pilotée légitimement.

La station et l'influence du contexte territorial

L'émergence d'un diagnostic de la gouvernance touristique et de l'élaboration d'un projet de territoire, repose avant tout sur les caractéristiques de la station, ses forces vives. Cependant, la gouvernance se doit de prendre en compte les tonalités départementales et régionales dans lesquelles s'inscrivent les stations. En effet, les politiques publiques mettent en œuvre des mesures d'accompagnement aujourd'hui largement diversifiées, dans le contexte de Décentralisation et en fonction du poids économique représenté par leur parc de stations. Au-delà de la volonté quasi-unanime d'asseoir et de renforcer la situation économique des stations, les politiques publiques développent des thématiques diverses. Certaines collectivités départementales à l'image de la Savoie ou des Hautes-Pyrénées, départements pionniers en matière de sports d'hiver, poursuivent leurs efforts sur l'encouragement des interconnexions des domaines skiables et des équipements en enneigement artificiel. D'autres comme l'Isère ou, à l'étranger, le Province de Huesca (Communauté autonome d'Aragon) tentent de modifier leur action et in fine leur légitimité, en cherchant à dépasser le soutien aux équipements au profit d'une stratégie à plus long terme, de diagnostic de la viabilité économique du parc de sites et de diversification de l'économie touristique.

Dans le même esprit, les collectivités régionales tentent de prendre en compte les mutations en cours pour les stations, avec des démarches très diversifiées. La région Rhône-Alpes a engagé des démarches de contractualisation ciblées sur les 65 stations moyennes, et ce depuis les deux derniers contrats de plan Etat-Région, suivie dans cette politique par les régions gestionnaires du massif pyrénéen. L'enjeu était d'améliorer la performance économique des stations, en se fondant sur le modèle de l'entreprise-station. En définitive, les stations sont insérées dans une variété de positions

régionales, départementales et locales, contribuant à définir des tonalités territoriales d'évolutions des stations.

Vers l'évaluation de la gouvernance de la station

La gouvernance du produit touristique impose une évaluation du processus entre les différents prestataires et entre les prestataires et le client. L'immatérialité du service (même si celui-ci repose sur des supports très matériels comme les remontées mécaniques, les pistes, l'hébergement et la restauration dans le cadre des stations de sport d'hiver, il est bien évident que la pratique du ski dans telle ou telle station renvoie à des attentes subjectives, immatérielles importantes) impose une construction des indicateurs de l'évaluation et leur négociation avec les différents partenaires. Une partie de la contractualisation avec le client repose sur les normes et standards internationaux et sur les certifications des démarches qualité. Pour la contractualisation entre les prestataires du produit touristique, elle est à construire autour des gammes de produit. Dans ce sens, les services ont apportés une nouvelle approche de l'innovation. En effet, l'innovation des services est souvent une innovation de process (contrairement à l'industrie ou l'innovation technologique domine), elle se traduit par des innovations relationnelle, commerciale et organisationnelle (Djellal, Gallouj, 2002). Cela permet de créer des apprentissages et des savoir-faire qui peuvent être transférés dans d'autres secteurs par cercles concentriques en commençant par les secteurs annexes au tourisme, puis ceux plus éloignés. L'innovation des réseaux montre également que le tourisme crée des ressources lorsqu'il est mis en relation avec d'autres services ou qu'il utilise les activités d'autres services (transports, communication, information) qui ne sont pas dédiés uniquement au secteur touristique. Le service se consomme en même temps qu'il se produit et l'évaluation, le management du processus productif du service est en soi une innovation qui garantit un meilleur résultat. Dans ce cadre l'approche par les services permet de minimiser la seule approche économique et ses ressources et impose que soit pris en compte d'autres variables. Les aspects urbanistiques prennent alors tout leur sens et donnent du sens et de la valeur aux activités économiques.

Dans cette optique, la gouvernance des stations, qui intervenait traditionnellement dans un système productiviste à très court terme, est appelée à insérer son intervention sur le long terme. La notion de tourisme durable a donc fait peu à peu son apparition en haute montagne (Vlès, 2007) et est actuellement instrumentalisée de façon très diverse par des acteurs qui poursuivent des objectifs différents : la prise en compte des enjeux sociaux et de l'emploi local, l'implication des populations en amont des projets, le respect de la biodiversité dans la conduite des opérations de développement et d'aménagement touristiques. Cependant, les stations touristiques ont le plus grand mal à tenir compte de ces trois critères car elles ont été construites à partir d'un modèle d'aménagement daté (Guérin, 1984) qui produit des dysfonctionnements économiques et urbains (donc un ancrage dysfonctionnel), dont la programmation se fait sans ancrage territorial et qui est à la recherche d'un ancrage temporel impossible : comment adapter continuellement le cadre bâti aux attentes mouvantes des clients ?

IV. Le projet urbain, nouvel enjeu de gouvernance des territoires touristiques.

Les stations de tourisme, notamment celles de sports d'hiver dévolues à l'accueil de touristes, ont toujours été définies en référence à la ville. Elles en sont « l'ailleurs compensatoire » : pour la société urbaine, la montagne (comme la mer, la campagne, « l'ailleurs ») demeure un pays imaginaire, une utopie. Les citoyens y transposent leurs rêves de changement et de dépaysement. Les touristes n'y cherchent pas la réalité de la vie montagnarde (le quotidien des habitants locaux y est plutôt difficile), mais plutôt l'image qu'ils s'en sont faite. Ils y projettent leurs visions, leurs rêves ou leurs nostalgies.

Un modèle daté.

Ce statut de « vacancier », fondé sur une déconnexion économique et sociale, a produit en un siècle des « archipels d'altitude », des villes touristiques coupées de l'habitat existant, affirmant symboliquement par leur cadre urbain la transposition de la cité à la montagne. Enclaves en milieu hostile, les stations cultivent davantage de liens avec la ville et le milieu naturel qu'avec la société locale. Sur la foi d'études plus de marketing que sociologiques, le planificateur a en effet considéré que le skieur n'était pas animé par une quête d'ordre ethnologique, un désir de rencontre avec l'autre, mais plutôt par celui de se détendre, de jouer, de se retrouver en groupe ou en famille... entre urbains. En partant de ce principe, l'Etat a produit en haute montagne des villes dont la forme et le fonctionnement ne favorisent pas la rencontre de l'univers des touristes avec celui des habitants (Wosniack, 2006).

Implantées suivant un modèle urbanistique forcément daté, sur des sites toujours choisis uniquement pour leurs qualités naturelles, les stations de sports d'hiver connaissent aujourd'hui des difficultés à s'adapter à l'évolution de la demande, à la modernisation de la vie sociale et donc à fidéliser leurs clientèles, à maintenir leur compétitivité internationale (Rolland, 2006). Conçues pour être hors du temps et de l'espace quotidien, elles ne peuvent offrir que ce que les ingénieurs, architectes, urbanistes, promoteurs, publicitaires ont projeté sur elles, cherchant à créer des désirs de vacances chez les citadins. Voilà pourquoi les connexions entre les stations et leur territoire posent problème 40 ans plus tard.

La question de l'adaptation à la modernité de leur parc immobilier et de leurs espaces publics, celle de l'ancrage local de leur « vie de village » se posent en effet du point de vue symbolique et identitaire : l'image de la montagne évoluait vers un retour aux racines au moment même où la doctrine moderne de l'architecture touristique - la « doctrine neige » - aboutissait à une uniformisation de l'image de la montagne.

Cette question d'inadaptation est d'autant plus préoccupante que le modèle a été dupliqué à grande échelle. Dans plus de 300 stations en France, mais également en Italie et, dans une moindre mesure en Suisse, la plupart du temps, on a construit en long. Il n'y a pas de rues, pas de places, pas de vie. Les stations sont devenues des barres d'immeubles sans ville, alors que les touristes, les clients, les habitants demandent, dans un cadre reproduisant l'image onirique de la montagne, une animation, une densité, une qualité et une variété de services égales à celles trouvées dans la cité.

Aujourd'hui, le « modèle grand ski » ne répond plus à une demande qui cherche également ski nordique et de randonnée, ski de montagne, promenades à pied et en raquettes, chiens de traîneaux, engouement pour le bien-être et l'*aqualudisme*, tourisme culturel basé sur le patrimoine, les villages anciens, l'accueil chez l'habitant. L'attente en services porte également sur la vie traditionnelle du lieu, la qualité et la modernité des espaces publics et des hébergements.

Par voie de conséquence, les enjeux de la restructuration des stations sont, en France, considérables. Le « modèle de la station intégrée » a en effet produit 308 stations ou centres de ski (Alpes du Nord : 58 %, Alpes du Sud : 20 %, Pyrénées : 12 %) et 825 communes équipées pour le ski nordique, 1,5 millions de lits, dont 1 100 000 a plus de 20 ans et 50 % sont à réhabiliter ! Les résidences secondaires représentent 54 % de cette capacité d'accueil, suivies par les meublés avec 22 % et quelques hébergements collectifs (8%). Peu de jeunes achètent dorénavant en montagne. Le patrimoine immobilier, négligé, se dégrade et le réservoir de clientèles des stations décroît et vieillit (Rolland, 2006 : 23).

Les difficultés de l'attractivité des stations apparaissent dans trois domaines relevant de l'aménagement et de l'urbanisme qui méritent une analyse de fond et des interventions rapides :

L'ancrage fonctionnel des stations

Premier problème, celui de l'ancrage fonctionnel des stations (le vieillissement du système économique lié au fonctionnement de la station). L'unicité de la maîtrise d'ouvrage a produit une structure spatiale, un paysage identique à toutes les stations touristiques, peu différenciés : station située en pied de piste, dans un amphithéâtre (la « grenouillère ») qui reçoit les descentes de pistes et les départs de remontées divergentes à partir de l'urbanisation centrale, logements qui coupent toujours le

stationnement (et les flux d'accès, « l'accueil en tension ») de l'espace des loisirs et de vie (les lieux de villégiature) (SEATM, 1999). Le premier problème de fonctionnement urbain de ces stations est lié à cette mono activité de la « doctrine neige » : elles ne bénéficient pas d'usages variés parce qu'étendre la saison n'est pas une priorité des organismes gestionnaires. D'ailleurs, pour ces derniers la « *haute saison ne remplit pas encore* »⁸. Effectivement, la plupart des stations de la montagne française ont été bâties pour les sports d'hiver et en tirent suffisamment de ressources pour en vivre toute l'année. Toutes les stations ont tenté de développer une deuxième saison l'été mais qui coûte plus qu'elle ne rapporte. Les intersaisons (mai/juin et automne) présentent trop d'inconvénients (en termes de coûts de production et d'entretien) à ce jour pour être véritablement des opportunités (le réchauffement climatique rend l'enneigement onéreux).

Pour traiter le problème urbain de ces stations, lié au vieillissement de leur usage, on ne peut donc pas agir sur l'extension de la saison neige. Cependant, les attentes de la clientèle ont tout de même évolué et portent sur la qualité :

- qualité des pratiques : la pratique sportive est remplacée par un loisir ski plus « contemplatif » et « hédoniste »,
- qualité de l'immobilier : les acquéreurs ou locataires cherchent avant tout la convivialité et des appartements plus grands,
- les investisseurs sont plus exigeants et les beaux produits sont rares, les professionnels pensent qu'il faut restructurer l'offre, la rendre fiable en labellisant les produits.

Cette approche nouvelle remet donc en question la gestion uniforme des « usines à ski » : c'est désormais le concept de station-village qui a les faveurs des touristes, le produit immobilier classique des années 60 est dépassé, l'érosion de la fréquentation et la diminution de la qualité commencent à nuire sérieusement à l'économie touristique et des difficultés commerciales de plus en plus grandes se font jour depuis 1993 dans les stations conçues avant 1990.

La question de l'aménagement des espaces publics (dans une logique de rencontre entre habitants et touristes, propre aux objectifs du tourisme durable) est donc centrale mais peu traitée. Les expériences menées dans les ORIL (leur financement est difficile) montrent la grande difficulté à les requalifier. Les flux touristiques d'arrivée en station (arrivées, départs, stationnements, signalétique), souvent difficiles, sont très mal organisés et s'apparentent, pour le visiteur, à une expérience de type « parcours du combattant » (Viès, 2007). L'esthétique des sites devient, en raison de l'effet « mémoire » du voyageur qui compare ses destinations de vacances, une priorité : mettre en valeur les lieux d'image (le front de neige, la place centrale d'un village, les rives d'un lac, un torrent remarquable...), donner la priorité aux cheminements piétons, aux transports collectifs intra station, aux moyens d'information de la clientèle, aux équipements de loisirs marquants (casino, halle sportive ou ludique, médiathèque), à la valorisation du patrimoine historique et/ou culturel, à l'intégration à l'environnement, aux services marchands.

L'ancrage territorial des stations

Le second domaine qui pose problème est celui de l'ancrage territorial des stations (Viès, 2007). L'offre touristique est administrativement éclatée dans la vallée : l'impossible intercommunalité rend incohérentes les stratégies de développement touristique qui se font au détriment de l'attractivité des territoires. On assiste dans les Pyrénées, mais également dans les Alpes ou encore en Cévennes⁹, à un éclatement de l'aménagement, de sa gestion et une absence de planification territoriale préjudiciable

⁸ Eric Guilpart, Directeur Marketing et Communication de la Compagnie des Alpes, *Imatourisme*, Moliets, 2004.

⁹ V. Viès (collab), « Quel avenir pour les stations de moyenne montagne ? » *Chroniques d'en Haut*, n° 262, magazine télévisé de L. Guillaume, réalisé par F. Deret, préparé K. Souchon, Lyon : France 3, BP 3092, 69399 Lyon cedex 03, 24 novembre 2005, 26 minutes 04.

à la prise en compte du long terme dans les projets. L'empilement des procédures, la fragmentation territoriale des vallées ou des pays et l'effort insuffisant d'accompagnement et de suivi des démarches de développement durable de la part de l'État, des régions et des départements rendent difficile la réelle appropriation du tourisme durable par les acteurs de terrain. Certes les initiatives inscrites dans des programmes de tourisme durable existent bel et bien mais elles sont souvent détournées de leurs objectifs initiaux.

L'examen attentif des opérations programmées ou en voie de l'être dans les contrats de pôle touristique montre ainsi que, dans presque tous les cas, les démarches s'insèrent dans une logique purement marketing de recherche d'augmentation quantitative des clientèles et n'impliquent guère les perspectives de tourisme durable. La politique d'innovation est défailante, faute de temps, de méthode et de moyens. L'évaluation des risques inhérents aux nouveaux aménagements (risques naturels majeurs, ramassage et traitement des ordures ménagères, modifications économiques et sociales, précarité de l'emploi saisonnier notamment) reste très en deçà du strict nécessaire dans une démarche de tourisme durable. En effet, la montagne est aujourd'hui un « millefeuille » d'intercommunalités empilées et l'absence de transfert du tourisme en un seul bloc de compétences produit un éclatement de l'aménagement, de sa gestion et l'absence totale de planification à la seule échelle cohérente pour le tourisme : la vallée, synonyme de destination (Vlès, Clarimont, 2006). Cette notion de périmètre d'intervention renvoie plus largement aux spécificités des modèles de développement touristique : la vallée dans les Pyrénées ; les espaces valléens en Provence Alpes Côte d'Azur ou les stations moyennes en Rhône-Alpes.

Ici le tourisme durable apparaît peu être traduit dans les faits par les politiques régionales, départementales, provinciales ou locales : le choix des territoires d'application des politiques de développement (pôles touristiques, pays...) est difficile, il se heurte à des difficultés d'ordre politique : difficultés d'adoption de périmètres pertinents, volonté intercommunale défailante, superposition de projets territoriaux disparates, système d'intervention non articulé avec le tourisme durable, réflexion et innovation défailantes. Les modifications liées aux pratiques résidentielles et touristiques d'une part, la concurrence foncière et le développement du bâti qu'elles induisent d'autre part (en concurrence pour l'usage de l'espace agricole mais également pour l'ensemble de la fonction résidentielle), sont totalement sous estimées actuellement par les collectivités territoriales tant au niveau régional ou interrégional qu'à l'échelon intercommunal (Janvier, 2000). On insistera sur le fait que la recherche de l'espace de projet, du bassin de production et de structuration de l'offre touristique se fait de manière très différente en France et en Espagne. L'impératif de la cohérence avec les autres échelons est loin d'être acquis sur le versant français où, pourtant, les EPCI semblent considérer l'espace du pays intéressant parce qu'il constitue l'espace de projet, le lieu de la concertation, de la mobilisation des acteurs. La naissance de la dynamique territoriale que les EPCI trouvent longue à accompagner et coûteuse à financer car elle nécessite une animation de proximité permanente dotée en termes de management de projet, trouve, dans le « pays », un territoire de développement moins soumis aux enjeux du court terme. Or, ici encore en France contrairement à l'Espagne, par exemple, les « pays » sont absents des textes relatifs au tourisme, eux-mêmes peu clairs en matière de transfert des compétences en bloc cohérent qui serait confié à une seule collectivité.

La difficile perception de la notion de « compétence », où la confusion entre compétence opérationnelle d'aménagement touristique et la compétence des offices de tourisme règne (ODIT France, FNOTSI, 2005), où la capacité à intervenir se résume souvent à identifier les moyens à mettre en œuvre, s'ajoute donc à un système de refonte institutionnelle inachevé en France dans lequel l'incitation financière n'est visiblement pas suffisante pour l'améliorer. Ces espaces où s'affirme la volonté de travailler ensemble font l'objet de politiques touristiques dont les collectivités ne souhaitent visiblement pas définir et imposer le caractère durable. D'autant qu'elles affichent encore la plupart du

temps la recherche systématique d'un accroissement de la fréquentation touristique dans leur politique de développement, ce qui est pour le moins paradoxal.

L'ancrage temporel des stations

Le troisième domaine d'action porte sur l'ancrage temporel des stations. Comment les collectivités locales peuvent-elles maintenir, moderniser et diffuser l'architecture « années 70 » ou « néo-traditionnelle » de ces *Archipels d'altitude* ? Car une des questions posées par l'attractivité du lieu touristique est celle de l'adaptation du cadre bâti aux attentes du client : les stations courent le risque de se démoder de plus en plus vite. Il est en effet difficile de modifier en permanence le bâti et les espaces publics, qui se doivent d'être pérennes alors que la mode est par nature éphémère. Pour un certain nombre d'architectes et d'urbanistes, le bâti vernaculaire incarnerait l'essence du terroir. Mais l'architecture néo-régionale, réduite à du pittoresque construit artificiellement, parvient-elle seule à exprimer « l'esprit des lieux » ? La reconstitution artificielle est-elle « régionale », alors que le mode de vie des citoyens s'est uniformisé et banalisé ? Si le style néo-régional a pu symboliser, à ses débuts, des revendications locales, écologiques, économiques et sociales proches de l'idéologie du développement durable, il est aujourd'hui un « produit générique » de la destination montagne, *le ressort d'un discours commercial*. La culture locale y est utilisée dans un but mercantile, *le montagnard fait partie d'un décor diffusé sur dépliants*. Les professionnels de la communication et du tourisme ont ainsi poussé à la création de nouveaux « vieux villages » donnant l'image d'une montagne préservée, vendue sur catalogues... alors que tout y est reproduit artificiellement. Les populations locales ne sortent pas grandi de ces rénovations en style néo-montagnard, puisqu'on y adapte l'habitat à des images imposées de l'extérieur... c'est tout le contraire des critères du développement durable !

Il convient de s'interroger sur l'esprit de ces nouveaux aménagements qui relève davantage de l'univers de référence du marketing territorial urbain que de la culture locale : le style néo-régional n'est le reflet d'aucune vision globale, ni de stratégie à long terme, ni de pensée sociale. C'est en fait une architecture de marketing répondant à une stratégie commerciale qui est programmée dans les opérations de rénovation, adaptée à des concepts réducteurs de convivialité, de sociabilité ou à un pseudo retour aux sources.

A trop vouloir incarner un monde imaginaire, l'univers de la montagne n'est-il pas en train de se dématérialiser, ses pratiques devenant plus virtuelles que réelles ? A défaut d'un réel retour à des sources (inexistantes), l'architecture « disneylandisée » des nouvelles opérations de 4^e génération et des réhabilitations, le « village traditionnel » des Arcs 1950 (Intrawest) ne sont-ils pas trop dans le temps et dans l'espace ? Comment leur donner un sens pérenne ?

Conclusion

Les collectivités territoriales sont désormais fondées à examiner en quoi la réorganisation physique, paysagère, fonctionnelle des espaces publics des stations est nécessaire pour permettre une gestion touristique plus efficace du territoire et lui redonner une notoriété. Elles doivent décider de la manière dont la notion d'espace touristique sensible (la prise en compte des capacités de charge, des ambiances, de l'émotif, de l'accessible, du perceptible, de l'image) qui engage le site touristique dans son rapport au monde, doit déterminer le contenu des projets de stations ou de villages. Cette question appelle une réflexion sur l'urbanité, la culture, le patrimoine, la mobilité, la capacité d'accueil, la gestion territoriale, la recomposition des lieux et des réseaux urbains ainsi que sur la mutation des pratiques des professionnels du tourisme, des responsables et des gestionnaires du territoire. Elle illustre de nouvelles temporalités au sein desquelles temps de travail et de loisirs, mobilité et sédentarité s'agencent en permanence. Parce qu'ils sont lieux de rencontres, d'événements, d'expressions de l'identité et de l'atmosphère d'un système urbain, les espaces publics servent d'interface entre le monde du montagnard et le touriste. Ils font l'objet d'aménagements visant à mettre en scène les activités, les échanges et les rencontres qui s'y déroulent. En termes de

gouvernance, cette mise en scène relève entre autre de l'urbanisme, grand absent jusqu'à présent de la gouvernance locale des stations et qui doit participer à leur transformation pour qu'elles soient mieux interprétées par les touristes en fonction de la lisibilité des informations projetées et programmées dans l'espace.

Plus largement, ceci renvoie à la nécessité de disposer d'éléments d'évaluation à adosser aux processus de gouvernance en cours et/ou à développer. La définition de ces critères d'évaluation fait référence aux projets que les territoires touristiques seront capables de développer de manière cohérente et partagée pour l'avenir.

Bibliographie

Bailly A., « Pour un développement durable des stations de sports d'hiver », *Revue de géographie alpine*, tome 90, n° 4, décembre 2002, p. 117 à 120.

Benahmed H., coord. « Les politiques de développement touristique en montagne », La politique de la montagne, volume 1, Paris : La Documentation Française, Conseil National de l'Evaluation – Commissariat Général du Plan, Rapport d'évaluation, 1999, p. 289 à 395.

Bensahel L., 1997, Introduction à l'économie du service, PUG.

Bensahel L., Billaudot B., Samson I., 2001, La relation de service : Essai de fondation théorique, Critique économique, n°6.

Bensahel Liliane, Coissard Steven, Tourisme : des ressources au développement, à paraître
Bensahel Liliane, Donsimoni Myriam, (Eds) 1999, Le tourisme est-il un facteur de développement local ?, PUG, Collection Débats, 1999.

Bertacchini Y., Girardot J.J., 2004, De l'intelligence territoriale, actes du colloque TIC et territoires, quels développements ? Besançon, 2006. <http://isd.m.univ-tln.fr/PDF/isd26/3.YB-JJG-GG.pdf>

Bouchet Y. Dispositif d'intelligence économique territoriale et gouvernance hybride, <http://isd.m.univ-tln.fr>.

Clarimont S., Vlès V., (dir), 2007, Tourisme durable en montagne entre discours et pratiques, Actes du séminaire international du 4 et 5 mai 2006 à l'UPPA, AFNOR, à paraître fin 2007, 180 p.

Clarimont S., Vlès V., 2007, Tourisme durable et intercommunalités dans le massif pyrénéen. Analyse comparée transfrontalière, communication au colloque Tourisme et territoires, Mâcon, 13 et 14 septembre 2007, 12 p.

Colletis G., Pecqueur B., 2004, Révélation de ressources spécifiques et coordination située, 4^{ème} journées de la proximité, IED-GREQUAM-LEST, Marseille.

Cuvelier P., 1994, le modèle touristique in Cuvelier P ; Torres E., Gadrey J., Patrimoines, modèles de tourisme et développement local, l'Harmattan.

Djellal F., Gallouj F., (eds) (2002), Technologies et innovations dans la nouvelle économie des services, l'Harmattan, Collection " Entreprise et Innovation ".

Gadrey J., 1992, L'économie des services, Paris, La Découverte Collection repères, 1992.

Gerbaux F., George-marcelpoil E., « L'univers complexe des stations », in *Stations de montagne, vers quelle gouvernance ?*, Actes de la conférence-débat, 30 avril 2004, Chambéry : Editions Comp'Act, 2004, p. 21 à 41.

Guérin Jean-Paul, L'aménagement de la montagne en France. Politiques, discours et productions d'espaces dans les Alpes du Nord, Editions Ophrys, 1984, 467 p.

http://www.msha.fr/msha/indexvide.asp?adress=http://www.msha.fr/msha/publi/ouvrage/aff_doc.asp?chaine=P305

Janvier Y., 2006, Schéma interrégional d'aménagement et de développement du massif des Pyrénées, rapport n° 1 : orientations et axes stratégiques, document de travail, DIACT – Commissariat à l'aménagement du massif des Pyrénées – Région Aquitaine – Région Languedoc – Roussillon – Région Midi-Pyrénées, février 2006, 41 p.

- Landry R., Amara N. et Lamari M ; (2001), « Capital social, innovation et politiques publiques >>, ISUMA, Canadian Journal of Policy Research/Revue canadienne de recherche sur les politiques, Vol. 2 no 1, p. 63–71.
- Le Galès P., Tatacher N., 1995, *Les réseaux de politique publique : débat autour des policy networks*, L'Harmattan, Paris
- Marcelpoil E., François H., « Mutations touristiques, mutations foncières : vers un renouvellement des formes d'ancrage territorial des stations », Séminaire *tourisme durable en montagne : entre discours et pratiques*, Pau : Université de Pau et des Pays de l'Adour, Laboratoire SET UMR 5603, 4 et 5 mai 2006, p. 244 à 263
- Perret B., de la valeur des structures sociales : capital ou patrimoine, <http://perso.orange.fr/bernard.perret/capital%20social.html>
- ODIT France, FNOTSI, 2006, Radioscopie des offices de tourisme et syndicats d'initiative, bilan 2004-2005, rapport, Ministère délégué au Tourisme, 120 p.
- Perret, B., 2002, Rapport au CERC, Indicateurs sociaux, Etats des lieux et perspectives, <http://perso.wanadoo.fr/bernard.perret/indicsoc.htm>
- Perret, J. (1992) Le développement touristique local, les stations de sport d'hiver, thèse de doctorat. en économie appliquée, Université Pierre Mendès France.
- Portnoff A.Y. : Facteurs immatériels, du capital aux indicateurs, communication dans le cadre du séminaire GEMME, Paris, 2002
- Putnam R., 2001, Mesures et conséquences du capital social , ISUMA, printemps, pp. 47-59.
- Putnam R.D., 2000, *Bowling Alone, the Collapse and Revival of American Community*, Simon and Schuster, NY.
- Putnam R.D., 2001, Social capital : Measurement and Consequences, in J.F. Helliwell (ed) : *The contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-Being : International Symposium Report*, Développement des ressources humaines Canada et OCDE, Ottawa, cité dans *Politiques à l'appui du développement durable*, Réunion du Conseil de l'OCDE au niveau ministeriel.
- Rallet A., Torre A., 2001, Proximité géographique ou proximité organisationnelle ? Une analyse spatiale des coopérations technologiques dans les réseaux localisés d'innovation, *Economie appliquée*, Tome LVI.
- Rallet A., Torre A., 2004, Proximité et localisation, *Economie rurale*, n° 286, mars-avril, pp 25-41.
- Requier-Desjardin D., 2004, Capital social et proximité : les enseignements d'un rapprochement, 4^{ème} journées de la proximité, IED-GREQUAM-LEST, Marseille.
- Reynaud B., 1998, “ Les conditions de la confiance. Réflexions à partir du. rapport salarial ”, *Revue Économique*, vol. 49, n° 6, novembre.
- Rolland V., 2006, *Attractivité des stations de sports d'hiver : reconquête des clientèles et compétitivité internationale*, rapport au Premier Ministre, 124 p.
- Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne, 1999, *Les espaces publics des stations de montagne*, Paris : Odit France, 113 p.
- Sen A., 2000, *Un nouveau modèle économique*, Editions Odile Jacob.
- Stoker G., 1998, « Cinq propositions pour une théorie de la gouvernance », *Revue internationale de sciences sociales*, 155, mars, pp 19-30.
- Uhaldeborde J-M., « Le tourisme durable de montagne sous le prisme du financement des petites communes », Séminaire international *Tourisme durable en montagne : entre discours et pratiques*, Pau : UMR CNRS 5603, 4 et 5 mai 2006, 6p., actes à paraître en fin 2006.
- Viès V., 2006, *Politiques publiques d'aménagement touristique*, Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, col. Le territoire et ses acteurs, , 483 p.
- Viès V. 1996, , *Le projet de station touristique*, collection Le territoire et ses acteurs, Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, C.I.D., 131, bd Saint Michel 75005 Paris, 403 p.
- Viès V., 2004, "Espaces publics et mise en scène de la ville touristique", in *L'espace public à l'épreuve. Régressions et émergences*, BERDOULAY V. ; DA COSTA GOMEZ P.C. ; LOLIVE J. (dir.), Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 224 p., pp. 177-186.
- Viès V. (dir), Clarimont S., Berdoulay V., 2005, *Espaces publics et mise en scène de la ville touristique*,

rapport de recherche, Paris : Ministère délégué au Tourisme, direction du Tourisme –SET UPPA-CNRS n° 5603, 97 p.

Vlès V. (dir), Clarimont S., 2006, *Tourisme durable et intercommunalité dans le massif pyrénéen, Analyse comparée transfrontalière*. rapport de recherche, Ministère de l'Ecologie et du développement durable, Ministère de l'Equipement – PUCA, Programme de recherches "Politiques territoriales et développement durable", Pau : UPPA, 96 p, 8 cartes.

Vlès V., 2007, *Tourisme durable et attractivité : peut-on relancer le projet urbain des stations touristiques ? (l'exemple des stations de montagne)* PUCA – Séminaire du 15 mai 2007, Paris « Politiques de développement durable et projets », actes à paraître en 2007.

Wozniak M., 2006, *L'architecture dans l'aventure des sports d'hiver, stations de Tarentaise, 1945-2000*, Chambéry : Facim, 239 p.

