

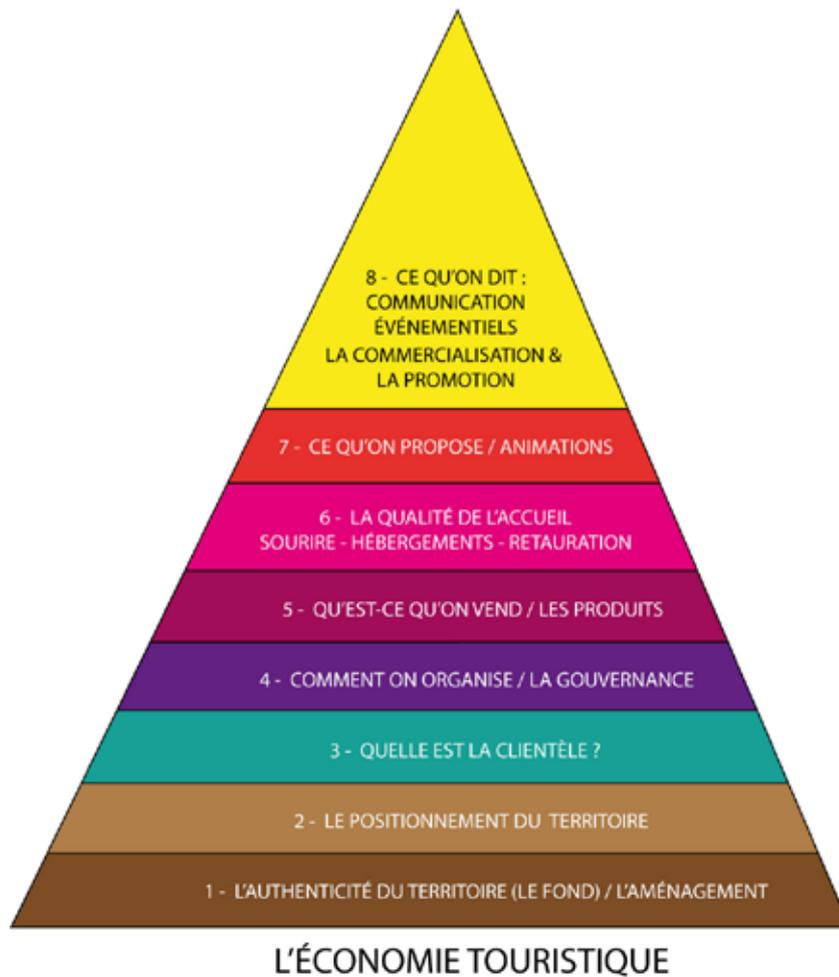
## ETUDE TOURISTIQUE

---

# PROSPECTIVE A DIX ANS DU MASSIF DE L'AIGOUAL



# QU'EST CE L'ECONOMIE TOURISTIQUE ?



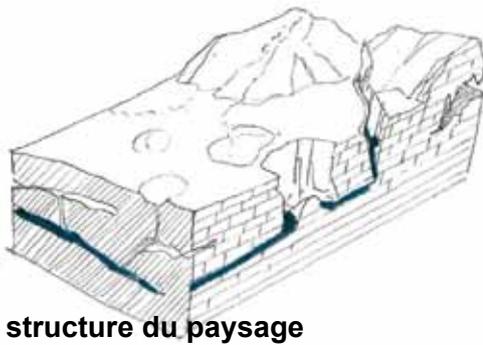
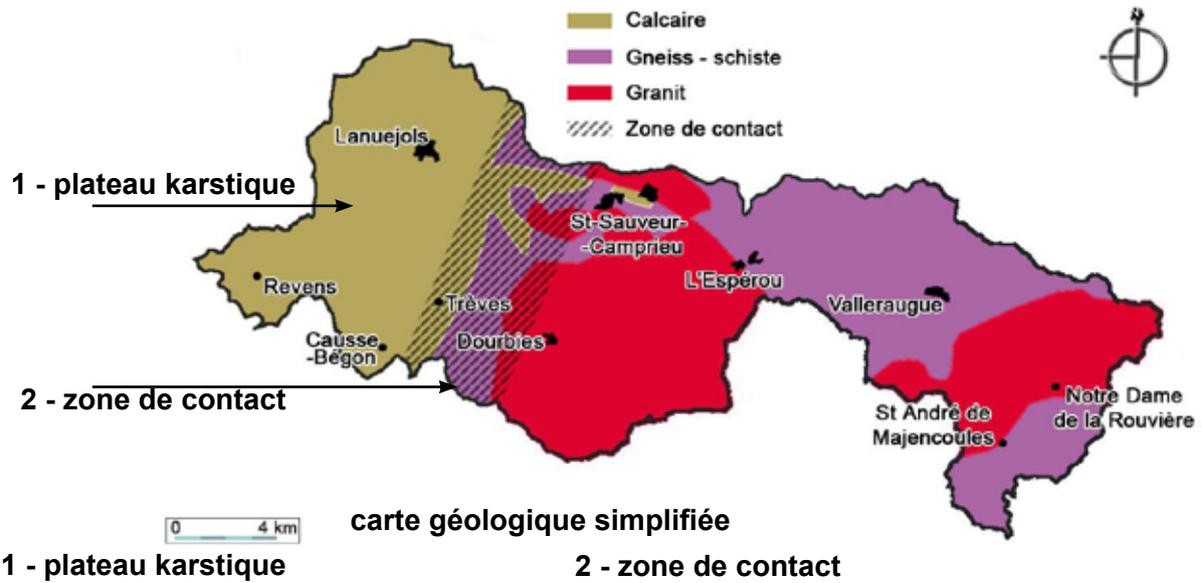
Les espaces de tourisme sont souvent définis en référence à la ville.

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 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.

L'économie touristique repose sur un territoire spécifique (la plupart du temps) et elle agrège un ensemble d'éléments disparates qui sont présentés ci-dessus. Les éléments ont été organisés suivant une forme de montagne en fonction de leur « volatilité », depuis les éléments les plus pérennes (le territoire, le paysage) aux plus immatériels (la communication). Chacun de ces éléments a un rythme de vie dont il faut tenir compte.

**Le point 2 «Positionnement du territoire» et l'ensemble des axes de développement qui le décline est l'objet de cette étude.**

# point 1 - Une zone géologique à multiples faciès, générant des paysages variés

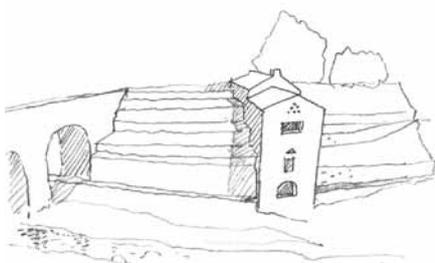
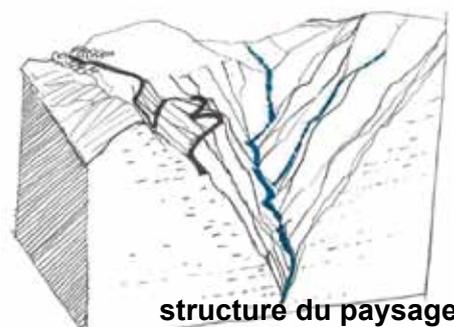
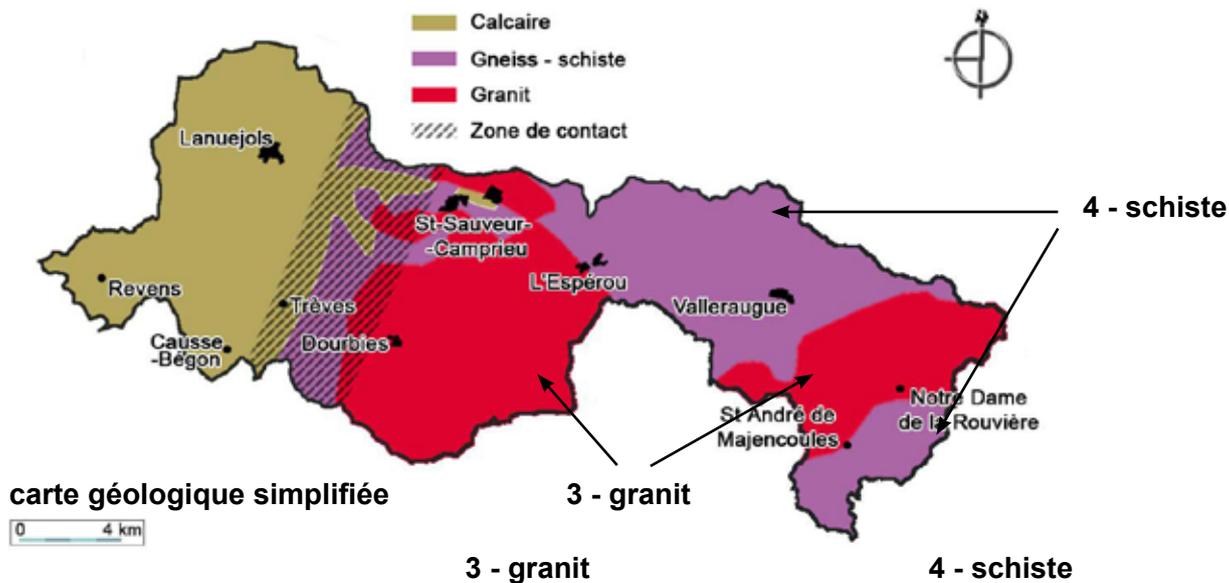


**Enjeux** = préserver le paysage de la banalisation, notamment en respectant les logiques traditionnelles d'inscription dans les sites et en encourageant une présence agricole forte

**opportunités** : présence du PNC, prise de conscience des élus, politique locale pour construire des filières commerciales agricoles de qualité et de proximité

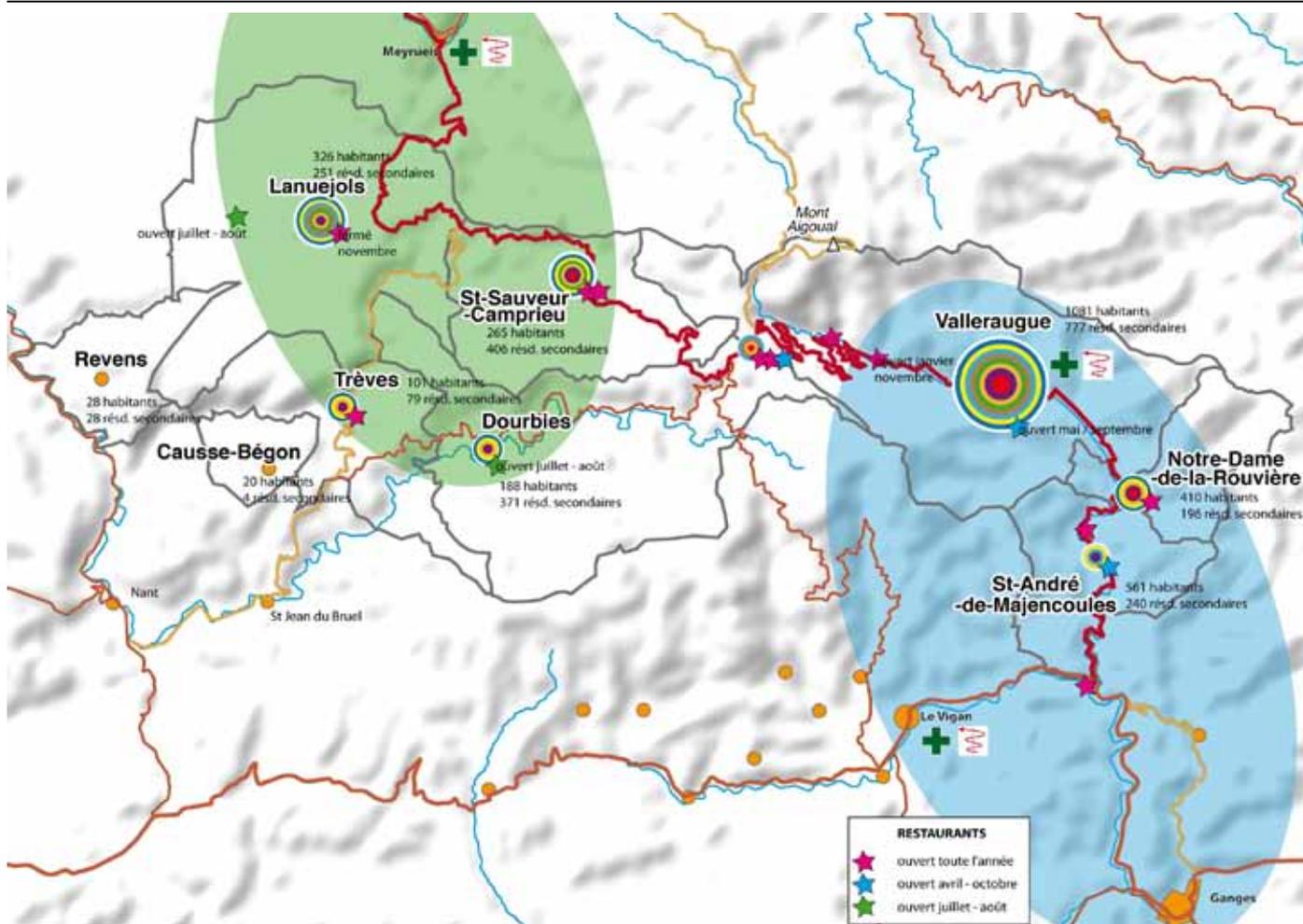
**menaces** : la multiplicité des acteurs, l'absence de conseil, accompagnement au projet tels que archi ou paysagiste conseil, (CAUE)

# point 1 - Une zone géologique à multiples faciès, générant des paysages variés



inscription de l'homme dans le paysage

# point 1 - UNE GEOGRAPHIE QUI DESSINE DES POLARITES «NATURELLES»



		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	xx		x	x	xxxx
	sport				7						
	tabac		x			x					x
	café / bar		x	x		x	x		x	x	xxx
services de proximité	restaurant		xx	x	xxx	xx	x		xxx	x	xxx
	artisans bâtiments		xx	xx	x	xx	x			xx	xx
offre de soins	médecin										x
	autre						infirmier		infirmier		xx
	pharmacie										x
	ambulance		x			x					x
services de proximité	station service				x	x					x
	garage				x	x			x		x
	PTT/agence postale		x	x		x	x		x	x	x
	pompiers										gendarmérie
	crèche										gendarmérie
	école		x	x			x			x	DAB

La RD 986 est l'épine dorsale du territoire et la plupart des villages (à l'exception de Valleraugue et de l'Espérou), et donc des commerces, sont situés en retrait de cet axe : la qualité et la pertinence de la signalétique est un enjeu majeur, notamment parce que le commerce est une activité qui se nourrit des flux.

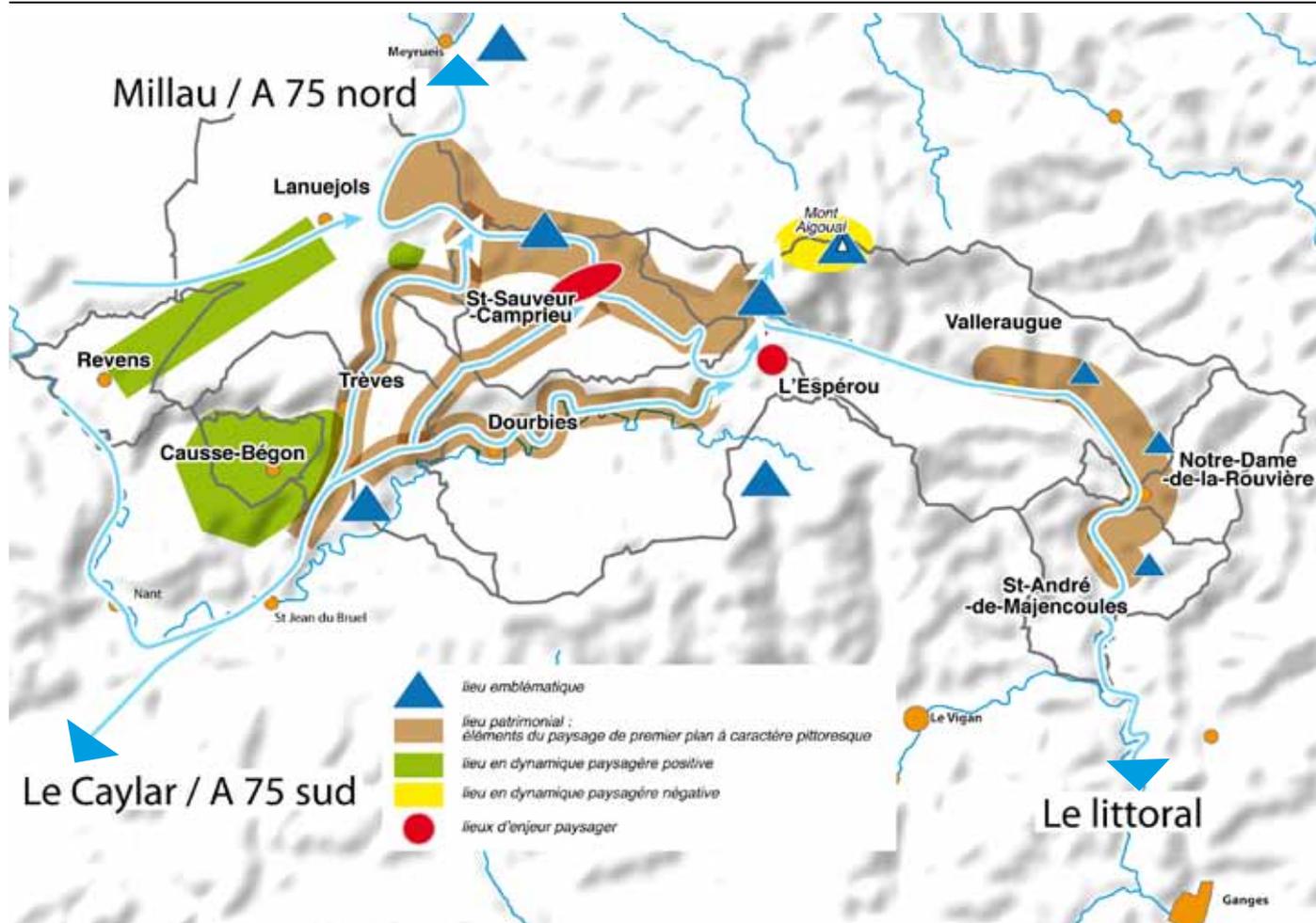
Le territoire s'offre de façon préférentielle aux visiteurs motorisés (voitures, motos, camping car ...) ; sa découverte et les possibilités d'arrêt doivent en tenir compte, c'est un enjeu majeur d'aménagement ; «les routes comme «vitrine» du paysage» peut être un axe fort du développement touristique.

Un autre enjeu est l'accès au territoire pour les non-motorisés, l'offre de transport collectif est insuffisante.

L'itinérance c'est les possibilités de déplacement et d'arrêt, autant pour les piétons/randonneurs que pour les visiteurs motorisés. Afin de «monétiser» l'arrêt il convient d'offrir des lieux agréables de repos : la qualité des espaces publics est un enjeu central des espaces touristiques. L'objectif est que les chemins de grande randonnée ainsi que les boucles de découverte irriguent les coeurs de village.

Les communes de Lanuéjols ou Dourbies qui préparent une intervention forte sur leurs espaces publics vont dans ce sens.

## point 1 - LES ROUTES COMME VITRINE DU PAYSAGE



Le Massif de l'Aigoual est accessible par 4 itinéraires motorisés principaux, ce qui en fait un site de convergence, chacun de ces itinéraires offrant une diversité paysagère variée. Le Mont Aigoual est le point mythique et emblématique repérable de très loin par sa silhouette. En hiver le capuchon de neige le rend encore plus visible.

Les routes sont comme des vitrines du paysage : la carte ci-dessus qualifie les éléments paysagers perçus au fil des itinéraires, en détermine et hiérarchise les enjeux.

Les triangles bleus représentent des lieux emblématiques, les itinéraires routiers devraient permettre une mise en scène, un arrêt pour contempler.

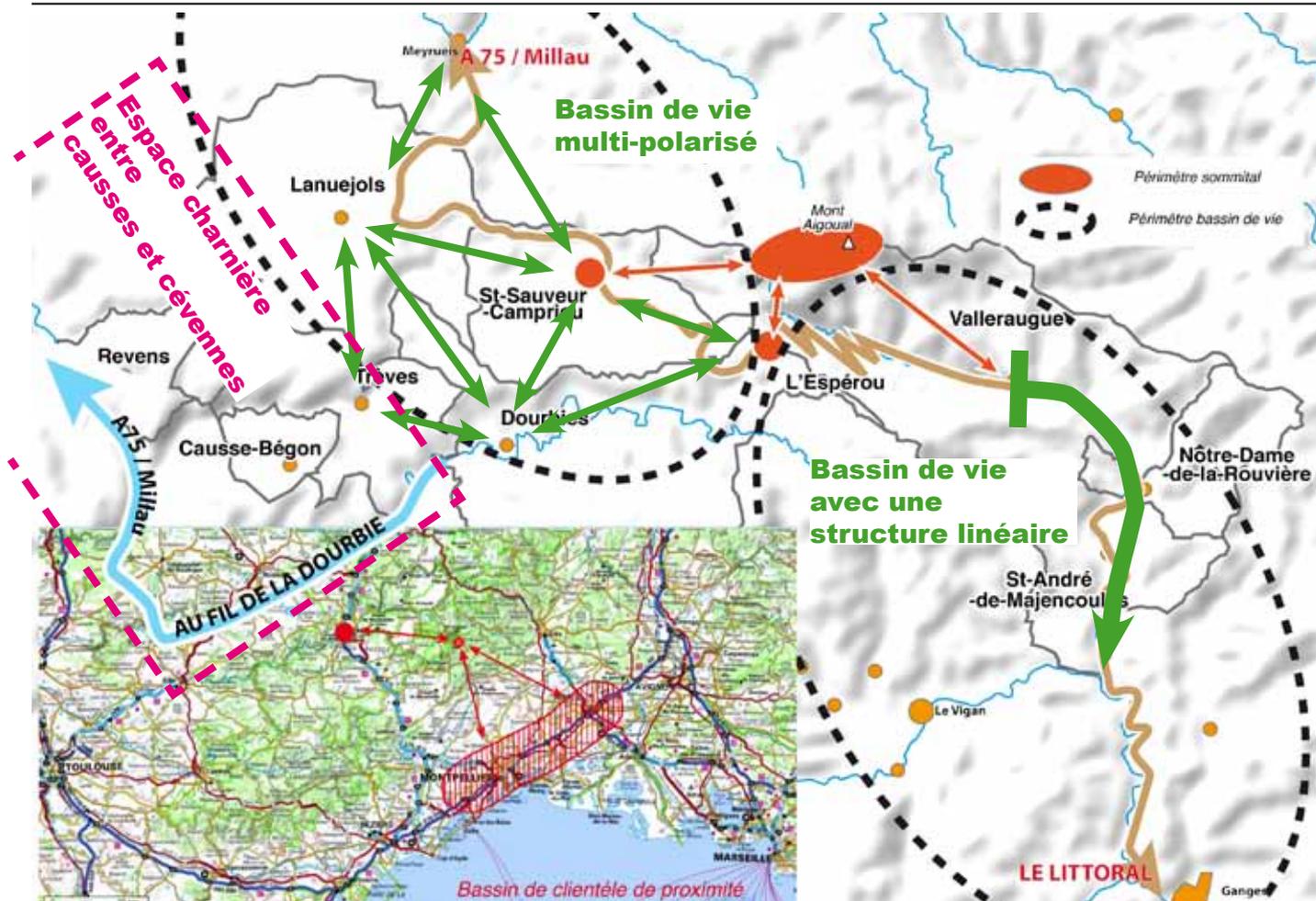
Dans l'ensemble les paysages «se tiennent», en particulier parce que l'économie forestière et agricole se maintient. L'enjeu du maintien et du développement agricole est fondamental pour conserver l'attractivité touristique du massif dans sa globalité.

Trois lieux ont besoin d'être requalifiés, pour des raisons diverses :

- Le sommet de l'Aigoual, ce belvédère est devenu un lieu de grande consommation touristique avec le cortège des équipements qui vont avec (parking, signalétique, mobilier urbain ...) les différentes routes permettent un accès direct et rapide jusqu'à l'observatoire, banalisant ainsi l'ensemble du Sommet. L'enjeu touristique majeur du territoire est de redonner un statut mythique au sommet en oeuvrant à la fois sur la scénographie de l'approche / la montée et celle de la découverte du panorama.
- l'ensemble du plateau de Camprieu,
- l'Espérou : les deux villages sont plus ou moins éclatés et ont un parc de résidences secondaires plus important que les résidences principales. Une réflexion globale, urbaine et paysagère, mettant l'accent sur le coeur, les lieux d'animation et les usages des espaces doit être engagée.

Les pistes de travail sont développées dans le rapport d'état des lieux, mais toutes appellent une réflexion globale articulant plusieurs échelles d'aménagement (de l'entité paysagère jusqu'au vocabulaire et à la grammaire d'espaces publics à mettre en oeuvre).

## point 1 - LES DIFFERENTS PERIMETRES DE RAYONNEMENT DE L'AIGOUAL



On peut distinguer trois périmètres de rayonnement différents :

- le sommet qui héberge les deux locomotives touristiques : Prat Peyrot / hiver et l'Observatoire / été
- les bassins de vie du Massif ; le col de la Serreyrède (et la station de l'Espérou) marque le basculement entre les deux bassins de vie (question de programmation urbaine, d'accès aux services et équipements). L'Espérou peut-être considéré comme un lieu de partage mais également un lieu de convergence entre les deux bassins de vie ; l'Espérou pourrait être un pôle à renforcer
- le bassin de clientèle de proximité : la conurbation littorale «Nîmes - Montpellier». Cet espace fournit déjà une grande partie de la clientèle touristique du Massif.  
La stratégie du Massif pourrait être dans un premier temps de renforcer ses liens avec cette clientèle (stratégie déjà en oeuvre par le biais de la «Comédie des Cévennes») avant de chercher à en conquérir une nouvelle.  
On observe que les habitants du littoral peuvent bénéficier au départ de Nîmes/Montpellier de nombreux autres sites de tourisme de proximité ; le Massif devra mettre en avant ses différences par rapport à la concurrence.

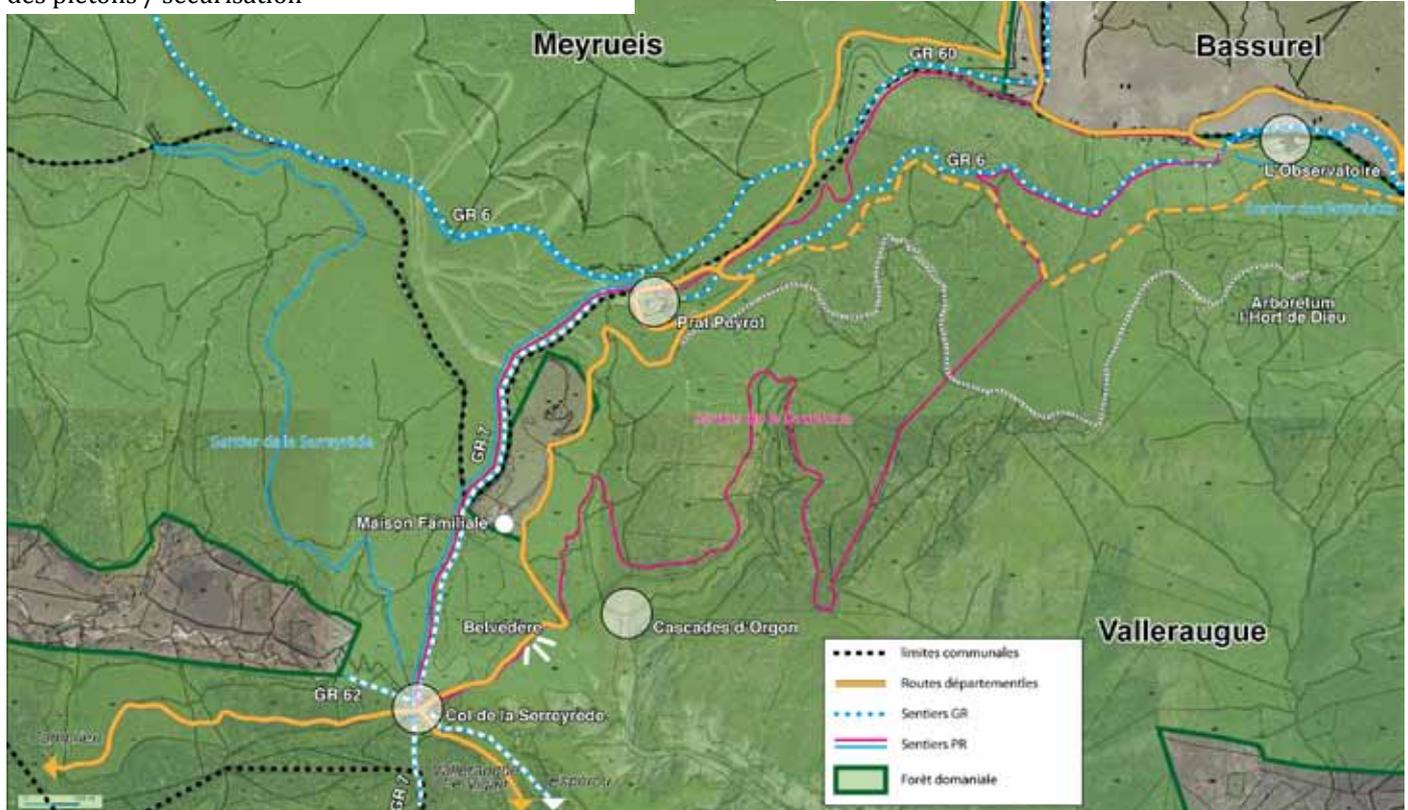
Le renforcement des locomotives touristiques (été/hiver) appelle une réflexion globale ; seront abordées les questions relatives aux pratiques et usages, modes de fonctionnement, aménagement, scénographie ...).  
Le projet sera d'envergure : redonner un statut de «montagne mythique» au sommet

### PRAT PEYROT :

La locomotive touristique hivernale à «muscler»  
- un déficit chronique, des pistes en vue d'équilibrer la situation sont envisageables  
- une réflexion d'ensemble sur les usages des espaces publics (ski, piétons, auto) et notamment sur la place des piétons / sécurisation

### L'OBSERVATOIRE :

Point d'attraction majeur du territoire, locomotive estivale : belvédère  
Sa sur-fréquentation estivale appelle une réflexion d'ensemble sur les questions d'accès, de déplacement et de stationnement.



### LE COL DE LA SERREYREDE :

Un emplacement stratégique déjà valorisé.

### L'ESPEROU & CAMPRIEU :

Le lien entre les pôles d'hébergements et le domaine skiable ne peut être qu'automobile.  
L'animation, la problématique de l'après-ski est une question centrale dans le fonctionnement d'un lieu de vacances. La halle de l'Espérou (magnifique) ouverte à tous les vents n'est pas un lieu propice à l'accueil d'animation de soirées hivernales, la question de l'animation reste ouverte.

Le sommet de l'Aigoual est le point majeur d'attractivité du territoire, été comme hiver, 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. La forte présence automobile banalise le paysage : un enjeu fort est la requalification du sommet,

De nombreux éléments s'organisent entre sommet (le météosite / l'Observatoire), versant (la station de ski / stade de neige Prat Peyrot ; l'arboretum) 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 collectif, de navettes entre le domaine et le lieu d'hébergement.

Les liens avec les pôles d'hébergement : Camprieu, l'Espérou voire Valleraugue.

Un projet d'envergure : redonner un statut de «montagne mythique» au sommet.



.L'observatoire est un point focal majeur du grand paysage, les RD 269/118 et 18 permettent un accès rapide et direct jusqu'au pied de l'observatoire, le banalisant de ce fait.

L'entité Mont Aigoual est devenu un lieu de grande consommation touristique avec son cortège des équipements : parkings, 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 sur le paysage.

Cet espace doit être requalifié, son approche mise en scène afin d'en réaffirmer l'exception.



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 bas des pistes de ski.

En hiver, le parking peut être saturé quelques jours par an, mais il est bien souvent surdimensionné, son fonctionnement anarchique. Les flux piétons sur chaussée sont dangereux tout en ralentissant les flux de circulation.

De façon générale les piétons peinent à trouver leur place, tant dans les espaces de stationnement qu'aux abords du domaine skiable. Des projets ponctuels sont en cours de réflexion, il conviendrait d'avoir une approche globale de Prat Peyrot, de ses espaces publics et des usages (faire de la luge, s'attabler en terrasse ...)

### Pistes de travail :

- redonner un statut «montagne mythique» au sommet
- définir une stratégie d'amélioration des abords et voies par du génie végétal (talus, glissements de terrain, zone de dépôt etc.)
- imaginer de nouvelles pratiques pour densifier l'usage des équipements de la station, notamment en été et hiver
- instaurer une carte graphique et signalétique

### UNE LOCOMOTIVE ESTIVALE EN COURS DE CONSOLIDATION : L'OBSERVATOIRE

Constats :

- un lieu complexe à gérer : le bâtiment et ses abords avec plusieurs gestionnaires, à titres divers
- le belvédère est un formidable pôle d'attraction mais un nombre important de visiteurs entraîne la dégradation et la banalisation des abords
- Météo-France va t-elle garder ce site en exploitation sous sa forme actuelle ? Le projet / action de valorisation de laboratoire de conditions climatiques extrêmes porté par MétéoFrance tend à réduire l'incertitude de la poursuite d'exploitation
- un projet en cours de rénovation du météo-site
- un gîte d'étape et une buvette très fréquentés en saison
- une marque, une communication éclatée, chacun se saisissant du label «Aigoual»

Le gros point noir du site est la dégradation de ses abords, la banalisation du site

### UNE LOCOMOTIVE HIVERNALE FRAGILE : PRAT PEYROT

Constats :

- le parc des RM a trente ans, des réinvestissements peuvent être à prévoir
- une régie déficitaire, le déficit semble structurel (plus il y a de skieurs, plus le déficit est grand) ; de plus les équipements ne fonctionnent à plein que pendant les vacances scolaires et les fins de semaine : la densification de l'usage peut-être une piste pour équilibrer les comptes
- la course à l'équipement en canons à neige ne permet pas vraiment de lisser la fréquentation d'une année sur l'autre : le développement d'une activité complémentaire, moins soumise aux aléas peut être une autre piste.
- une importante problématique de gestion des flux, du stationnement automobile et de sécurité des usagers d'un côté, le manque d'espace pour les piétons et les jeux d'enfants sur le domaine skiable d'un autre côté : la réflexion sur les espaces publics, leurs usages et modes de fonctionnement doit être globale. Des projets sont en cours sur les «deux cotés» (stationnement et domaine public) mais pas mis en lien ; de plus on a le sentiment qu'il n'y a que l'aspect hivernal qui soit pris en compte. Enfin la qualité des espaces publics devrait pouvoir être améliorée.

Des pistes de réflexion :

- pour renforcer l'attrait de la station
  - mettre en adéquation les usages proposés avec la clientèle (plutôt familiale, tout le monde ne skie pas)
  - rendre plus attractifs grenouillère et snack
  - communiquer, exploiter la spécificité d'être une station de ski au coeur de la nature et du PNC
- pour tenter d'équilibrer les comptes
  - s'interroger sur le mode d'exploitation actuel
  - développer des produits touristiques pour densifier l'usage des équipements (en semaine voire en été)
  - améliorer la rentabilité existante en établissant de nouveaux dispositifs payants (exemple offre combinée parking + forfait) ou en conventionnant avec de grands donneurs d'ordre agissant pour leur population (exemple une agglomération qui verserait une contribution forfaitaire et s'ouvrirait en contrepartie des droits réduits pour leurs habitants d'utiliser telle ou telle installation)

Si le déficit persiste, comment le gérer autrement ?

Le développement de produits touristiques intégrés visant à densifier l'usage des équipements et une intervention globale sur l'ensemble des espaces demandent à minima la création d'un espace de dialogue et de concertation entre toutes les parties, voire l'invention d'un nouveau mode de gouvernance.

# AIGOUAL - MONTAGNE MYHTIQUE : UN PROJET D'ENVERGURE

## RESTAURER LE MYTHE :

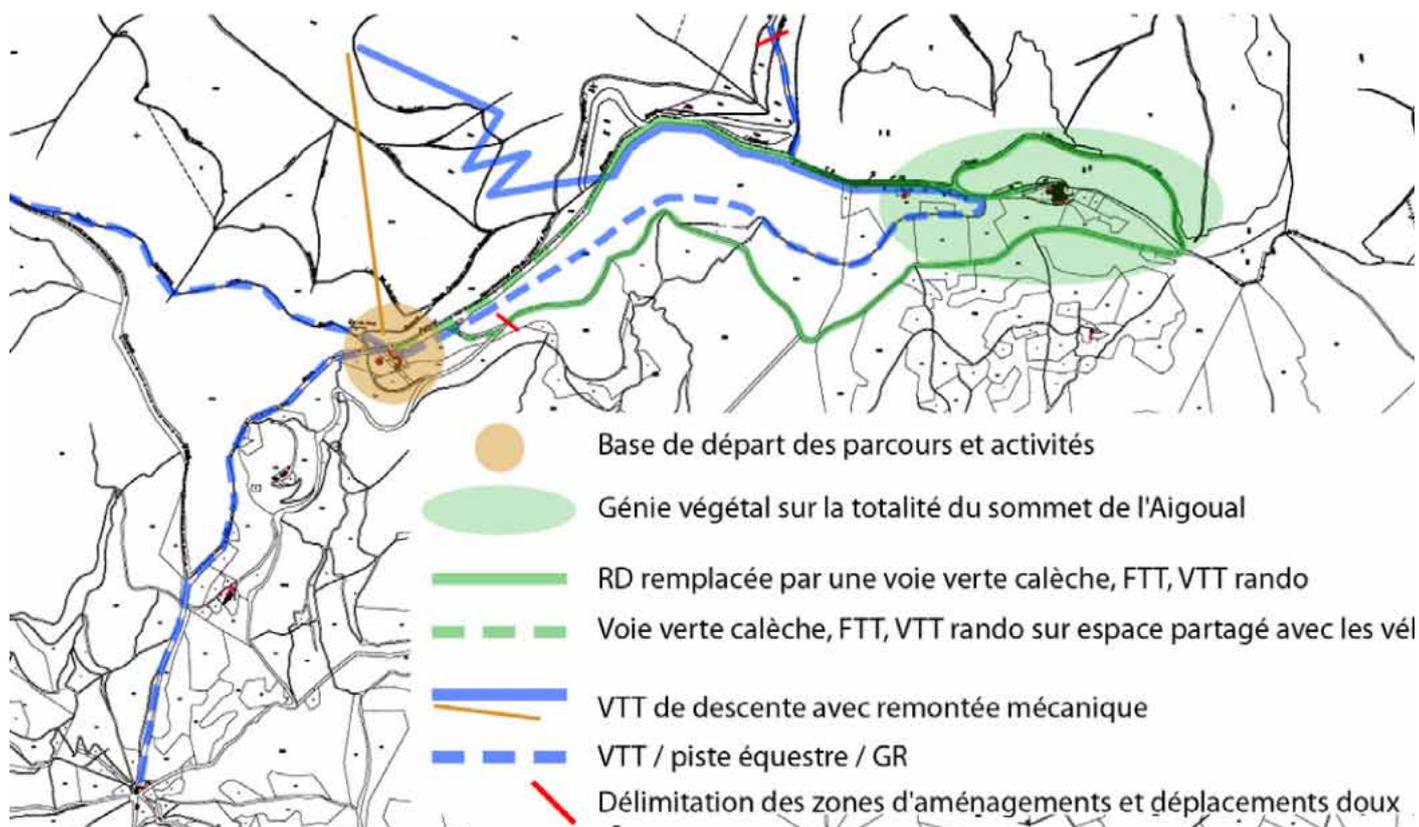
3 échelles d'intervention

- CHEMINER VERS LE SOMMET

- REPENSER LA GLOBALITE DU FONCTIONNEMENT DU PERIMETRE SOMMITAL

- SCENOGRAPHIER LE PANORAMA, LE BELVEDERE

Ci-dessous des premières intentions



Ces premières orientations doivent être comprises comme une base de discussion qui doit être enrichie par les réflexions de l'ensemble des parties, cela dans l'objectif d'aboutir à un document programmatique été/hiver (programme : de quoi a-t-on besoin et en quelle quantité ?)

## Analyse compétences "Restaurer un sommet mythique"

	Etat	PNC	ONF	CG 30	CdC	Commune de Valleraugue	OT	MétéoFrance
8 - Communication		sommet emblématique			? Emblème du territoire	Prat Peyrot		
pas de communication globale et claire								
7 - Animations		x	?		x	x	x	x
6 - Qualité de l'accueil	secours ?	?				x	x	
5 - Produits offerts		soutien			météosite	x		x
4 - Gouvernance	pas d'approche globale ni concertée du périmètre aujourd'hui							
3 - Clientèle						station - familiale		large
2 - Positionnement	proposé : l'Aigoual - un sommet mythique							
1 - Aménagements		accord	prop. Foncier	les routes	soutien	locataire / prat peyrot		un peu de foncier autour de l'observatoire

## Le périmètre du sommet élargi - L'ESPEROU



L'Espérou est aujourd'hui un pôle d'hébergement majeur du territoire, son lien avec Prat Peyrot ne peut être qu'automobile. Ce village présente une urbanisation diffuse «organisée» autour d'une épine dorsale, épine sur laquelle se trouvent commerces (magasins de ski) et équipements (CDC et la Halle). Le coeur n'est pas précisément désigné, la halle est ouverte à tous les vents, il y a un vrai problème d'animation (après-ski notamment) du village.

L'urbanisation diffusée dans les frondaisons est plutôt bien intégrée, les développements récents sur une butte face au village sont très exposés aux regards, voire en relation directe avec le Mont Aigoual.

**Ce village est en attente d'une réflexion urbaine et paysagère globale, cette réflexion portera une attention toute particulière aux aspects de programmation urbaine et aux problématiques d'espaces publics.**



Camprieu est le deuxième pôle d'hébergements touristiques en relation forte avec le sommet. C'est aujourd'hui un village éclaté en trois entités principales ayant des relations ténues avec le cœur, ces entités sont environnées d'un mitage, dispersion de logements dans le paysage, tout comme la vallée du Trévezel.

Ce village offre de façon éparse de nombreuses animations et activités ; Une réflexion urbaine portant sur les mises en relation des différents événements et lieux d'habitats, sur l'émergence d'un cœur fort, lieu d'animation, devra être conduite.

**Outre une réflexion urbaine et paysagère, d'autres axes de travail peuvent être désignés :**

- garder les paysages ouverts par le pacage et les prairies de fauche, développer l'agro-tourisme
- développer un tourisme éco-environnemental
- mettre en place une charte sigalétique et graphique en adéquation avec les usages et pratiques des espaces.

## point 2 - QUEL EST LE POSITIONNEMENT ? une image aujourd'hui brouillée



1° position recherche google «aigoual» :  
www.pratpeyrot.info



2° position recherche google «aigoual» :  
www.aigoual.asso.fr/



3° position recherche google «aigoual» :  
www.hotel-mont-aigoual.com



4° position recherche google «aigoual» :  
www.causses-aigoual-cevennes.org/

Ce que l'on peut constater :

- une image voulue (par les institutionnels) qui varie d'un acteur à l'autre
- une image vécue (par les locaux) qui est trop hétérogène (cf. table ronde de 25)
- une image vécue (par les clients) que l'on connaît assez peu du fait de l'absence d'études
- une image émise (Internet) qui varie aussi fortement

En opposition on peut regarder comment d'autres sommets emblématiques se valorisent (Puy de Dôme, Ventoux, Mt Jerbier des Junc) ; l'objectif est de (re)construire cette même force d'image pour l'Aigoual

**L'enjeu est bien que «l'Aigoual» soit la marque, le label incontestable du territoire**

**C'est l'objet de la prochaine journée de travail avec les socio-pro.**

## point 3 - QUELLE EST LA CLIENTÈLE ?

	Clientèles acquises				Clientèles partiellement acquises			à conquérir
	Curieux	Sportifs	Groupes structurés	Partageurs	Amoureux de la nature	Groupes d'amis	Explorateurs	
<b>Tendances générales</b> consommation des loisirs et vacances	<p>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</p>							
<b>Comportements</b>	<p><i>Touchent à tout</i> : un peu de culture, de sport et de détente. - Sensibles au prix et à la fréquentation.  Attirés par la moyenne montagne</p>	<p>- Athlètes en individuel ou associatif - Recherchent la performance - Aiment la compétition - Veulent s'épanouir, se dépasser - Montagne hiver/ - Mer été</p>	<p>- Partent régulièrement en groupes - Viennent pour un intérêt particulier - Sensibles au patrimoine, aux paysages, à la signalétique</p>	<p><i>Touchent à tout</i> : 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</p>	<p>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...</p>	<p>- Consommation beaucoup d'activités festives - Aiment se divertir (jeux vidéos, cinéma)  Apprécient la moyenne montagne</p>	<p>Recherche la "bonne surprise" et des destinations originales, inédites. - Sont très mobiles - Prennent leur temps - Rencontrent habitants et prestataires décalés...</p>	<p>- Pratiquent beaucoup d'activités d'intérieur - Sont sensibles à la culture douces  Le cadre compte plus que la montagne</p>
<b>Attentes</b>	<p>Des activités variées - Douces - Festives Des temps pour se défouler et se détendre Un cadre, Des circuits balisés Sentiers d'interprétation</p>	<p>Aménagements et équipements adaptés à leurs pratiques : routes, pistes, hébergements, commerces... La "mise en scène" de leur espace de pratique : ballassage, chronométrage.</p>	<p>Souhaitent découvrir ensemble, souvent autour d'une seule activité Attendent un enrichissement de leurs connaissances</p>	<p>Calme et activités douces Activités partageables et accessibles à tous les membres de la famille. Pratiques sports loisirs dans un environnement sécurisé et naturel...</p>	<p>Recherchent des activités en fort lien avec la nature. - Offres "authentiques" - Visite découverte - Animations culturelles. - Sentiers d'interprétation - Divertissantes</p>	<p>Souhaitent découvrir ensemble, souvent autour d'une seule activité. Puis, trouver une animation - Festives - Conviviales - Divertissantes</p>	<p>Attendent des services et aménagements adaptés : <i>aire de camping-car...</i> <i>Hébergement motards</i> - évoluer dans environnement préservé - La "bonne surprise" - La pratique originale</p>	<p>Pratiquer des loisirs créatifs : peinture, sculpture... - Visites ou animations culturelles. - Activités douces - Sensibles au cadre naturel</p>
<b>Pratiques</b>	<p>Promenade &amp; Randonnée Cultural Détente Pique-nique</p>	<p>VTT Randonnée Cyclo Sports de glisse</p>	<p>Cultural Promenade Pique-nique</p>	<p>Promenade &amp; Randonnée Cultural &amp; Détente Pique-nique En groupe ou en famille...</p>	<p>Promenade Pêche &amp; Cueillette Contemplation Faune/flore</p>	<p>Sports de glisse Sorties (bar) Divertissements (cinéma, spectacles)</p>	<p>Cultural, paysage, contemplation Promenade, Pratiques décalées : sites confidentiels, canyoning...</p>	<p>Promenade Contemplation Activités ludiques</p>
<b>Provenance nationale régionale</b>	Triangle Montpellier / Nîmes / Millau							
<b>Tranches d'âge</b> Adultes Enfants	25/50 ans 0/3, 3/6, 6/12, 12/18	25/50 ans enfants accompagnés	Resp. groupes d'enfants 3/6, 6/12, 12/18 Groupes adultes : 60 et +	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
<b>Saison</b>	Toutes saisons	Toutes saisons	Toutes saisons	Plutôt hiver	Automne/Printemps	Hiver	Toutes saisons	Toutes saisons
<b>Cibles identifiées</b>	Urbains à la recherche de nouveaux horizons	Traileurs pour l'entraînement et la compétition	Scolaires Seniors	Familles urbaines	Pêcheurs Cueilleurs	Groupes d'étudiants Jeunes actifs	Camping-caristes Motards	Artistes « en herbe »
<b>Produits possibles</b>								

**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

## Point 4 - COMMENT S'ORGANISE LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE LOCALE ?

### 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 Aïès	x				
8	Promotion du territoire		CDT 30 ?	CDT LR		x ?	xxx	x	le site internet CCI Aïès	?				
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 Aïès ?	x		x	?	(retrouvaence)
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 baignades signalétique ...)	entretien PR & rivières	entretien RD + signalétique routière		responsabilité baignade ?			entretien sentiers thématiques + signalétique				xxx	entretien routes forestières	

Enjeu Majeur = accompagner/animer les acteurs ou structurer fortement l'offre (constituer puis commercialiser des produits) ?

opportunités : un contexte politique en pleine mutation, un outil (OT) en cours de structuration, des acteurs individuels actifs, habitués à travailler en réseau (oignon doux en particulier)

menaces : l'individualité des acteurs

### ATOUS

#### 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.
- Le tourisme équestre, les exploitations agricoles de découverte

#### Un déficit d'équipements d'activités porteuses :

- Pas de bornes kilométriques ou de comptage pour les cyclotouristes.
- Pas d'activités accessibles aux handicaps.
- 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 journaliers.
- 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
- Évènementiel, 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.

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

**opportunités** : le territoire peut offrir des pratiques sportives 4 saisons

**menaces** : cohabitation des différentes activités sur un même périmètre + réglementation

### 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

opportunités : un contexte politique en pleine mutation, un outil (OT) en cours de structuration, des acteurs individuels actifs, habitués à travailler en réseau (oignon doux en particulier)

menaces : l'individualité des acteurs

## ATOUPS

### 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 un 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 : créer une gastronomie à partir des produits locaux

menaces : ? est-ce que ça peut-être pire ?

## ATOUPS

### 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.

### Professionaliser 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.

Enjeux = unifier et professionnaliser l'accueil

opportunités : prise de conscience des acteurs qu'il faut travailler en réseau, de la notion de qualité (l'oignon doux est exemplaire)

menaces : le « chacun pour soi » + le manque de mise en scène des espaces d'arrêt (belvédères, picnic ou lieux d'animation, cœurs de village, sommet)

## 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

## 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.

## 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.

## MENACES

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

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

Enjeux = animer les pôles d'hébergement, notamment l'Espérou

opportunités : potentiel pour être une destination de référence pour les activités de pleine nature + possibilité d'interprétation scientifique du territoire dans toutes ses composantes

menaces : beaucoup repose sur le volontarisme

### 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

### 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 You tube

#### 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° position dans Google
- La 1° 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

## Enjeux et orientations sur lesquels fonder une réflexion prospective à dix ans

---

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.

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 reconstitué 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.

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