

« Retrouver l'Aigoual Mythique »

Schéma directeur du Massif de l'Aigoual,

Orientations prospectives à 10 ans du Massif de l'Aigoual :

synthèse de l'étude



“Le futur appartient à ceux qui voient les possibilités avant qu’elles ne deviennent évidentes”

Théodore Levitt

Gilles AMPHOUX

Architecte-Paysagiste DPLG

544 Route d'Aubais / 30 250 Sommières

04 66 80 32 45 / 06 12 48 79 24

gilles.amphoux@wanadoo.fr

Florence CHIBAUDEL

Urbaniste OPQU - Architecte

26 rue des Chasseurs / 34 070 Montpellier

09 51 27 98 86 / 06 11 19 29 10

florencechibaudel@gmail.com

Bruno BRET / Sylvain DURAND

AGC Consultants

15 rue de Boigne / 73000 Chambéry

04 79 85 21 44 / 06 64 25 07 48

<http://www.agc-consultants.com>



Le positionnement touristique

Le positionnement c'est le segment de marché que l'on a choisit et sa déclinaison en terme de communication, pour se démarquer des destinations concurrentes. C'est l'image qu'on choisit de développer dans les dix prochaines années.

C'est un choix qui fédère tous les partenaires touristiques du Massif de l'Aigoual : des professionnels aux habitants .

L'intérêt du positionnement : exister dans le stock de projet des clientèles !

Le positionnement est destiné à être décliné au travers :

- Tout ce qui communique : Charte d'identité visuelle, textes...
- Tout ce qui se construit et se voit : Les aménagements des abords, les éléments de décoration...
- Tous les produits et services : Les produits touristiques packagés, les animations...

En direction de quelles clientèles ?

La stratégie c'est de renforcer les clientèles acquises et de renforcer les clientèles partiellement acquises.

Les clientèles acquises sont les « Familles » qui cherchent à partager des moments/activités accessibles à tous les membres du groupe dans un environnement sécurisé, les « Curieux » qui sont des « urbains » à la recherche de nouveaux horizons, les « Sportifs » qui cherchent des supports à leurs pratiques sportives. Les clientèles acquises proviennent essentiellement de la zone urbaine Montpellier-Nîmes. L'ensemble de ces clientèles sont plus finement décrites dans l'annexe 1 « les clientèles loisirs et tourisme du massif ».

Les clientèles partiellement acquises sont les « Groupes structurés » et les « Groupes d'Amis » ainsi que les « Spécialistes », pour plus de détails se référer à l'annexe 1.

Comment l'Aigoual peut se différencier de ses concurrents ?

- Destination journée Activités de Pleine Nature (APPN) proche de Montpellier, Millau, Nîmes : Camargue, lac de Pareloup, Mont Lozère...
- Destination journée ou vacances APPN dans le sud de la France : sud Ardèche, Diois, Lubéron, Haut Var-Verdon, vallée de la Tinée, Minervois, Pyrénées Catalanes...

En mettant l'accent sur ses qualités spécifiques :

- l'accès à un belvédère unique et mythique,
- les multiples facettes du site, du Massif, permettant des pratiques sportives/ludiques variées, au fil des saisons (tous niveaux en toutes saisons),
- la qualité et l'adéquation de ses offres touristiques avec les attentes (souvent non-formulées) des visiteurs potentiels.

Le thème fédérateur du positionnement retenu à l'issue de deux séances de travail collectif avec les acteurs et habitants du Massif est le suivant :

« SOMMET MYTHIQUE ET CONCENTRÉ CEVENOL »

Sommet mythique

C'est le produit d'appel du territoire, le plus connu de tous et porteur des valeurs du territoire



Belvédère, climat, phare des Cévennes... : les facettes du mythe

Concentré Cévenol

C'est l'offre typée du territoire, des exemples d'offres sont exposés au fil du rapport.



Cévenols, terroir, parc national, paysages... : le concentré !

Le thème fédérateur c'est la boussole du territoire, c'est le concept touristique et le dénominateur commun du tourisme sur le territoire.

Le territoire doit s'organiser pour mettre en œuvre le projet ambitieux de valoriser ses qualités et de le faire savoir, c'est l'objet des différentes orientations stratégiques développées dans **ce schéma directeur du Massif de l'Aigoual**.

Orientation Stratégique 1 : Retrouver l'Aigoual Mythique

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

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

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

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

1.1 Cheminer vers l'Aigoual

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

Comment y accède-t-on physiquement ? Il faut travailler sur la stratégie globale de la signalétique.

1.2 Retrouver l'Aigoual Mythique

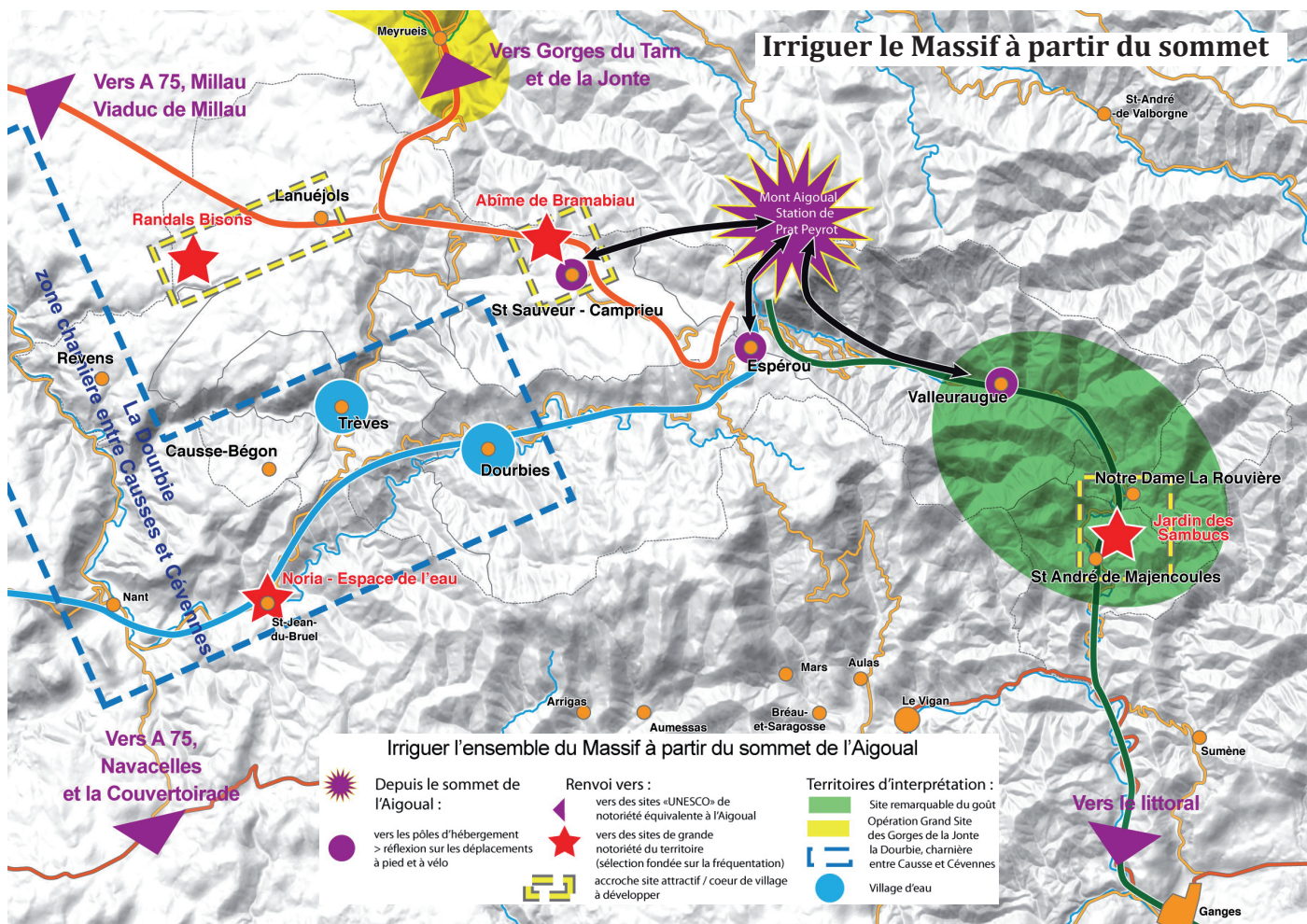
Repenser le fonctionnement global du sommet est le projet développé page suivante ; Le territoire Causses Aigoual Cévennes pourra revendiquer les facettes mythiques du sommet et son influence sur le territoire car cette ambiance sera vraiment restituée.

1.3 Irriguer le Massif à partir du sommet

Il convient d'orienter la poursuite de la visite vers d'autres sites du territoire et de susciter des haltes sur l'itinéraire. Il sera nécessaire de travailler sur la signalétique et le balisage ainsi que sur l'espace public : accrocher les villages aux chemins privilégiés, l'offre de stationnement, embellissement, terrasse ensoleillée, point de départ PR.



Un environnement à la hauteur d'un label mondial



Retrouver l'Aigoual Mythique

Repenser le fonctionnement global du sommet : le projet d'aménagement des espaces pour retrouver l'Aigoual Mythique a pour principe de « nettoyer » l'espace de tout élément superflu afin de restituer le sentiment pour le visiteur de baigner dans les grands espaces des Causses et de transférer ces éléments sur Prat Peyrot. Cela confortera Prat Peyrot comme une base sportive « 4 saisons » ou une étape sur les itinéraires de grande traversée du Massif Central.

Le territoire Causses Aigoual Cévennes pourra revendiquer les facettes mythiques du sommet et son influence sur le territoire car cette ambiance sera vraiment restituée.



Retrouver un sommet exceptionnel et accueillant

a – la gestion globale des stationnements et des déplacements

Il s'agit de mettre en place la démarche de projet et la gestion partenariale du site en s'inspirant de la démarche Grand Site.

b – nettoyer l'espace autour de l'Observatoire

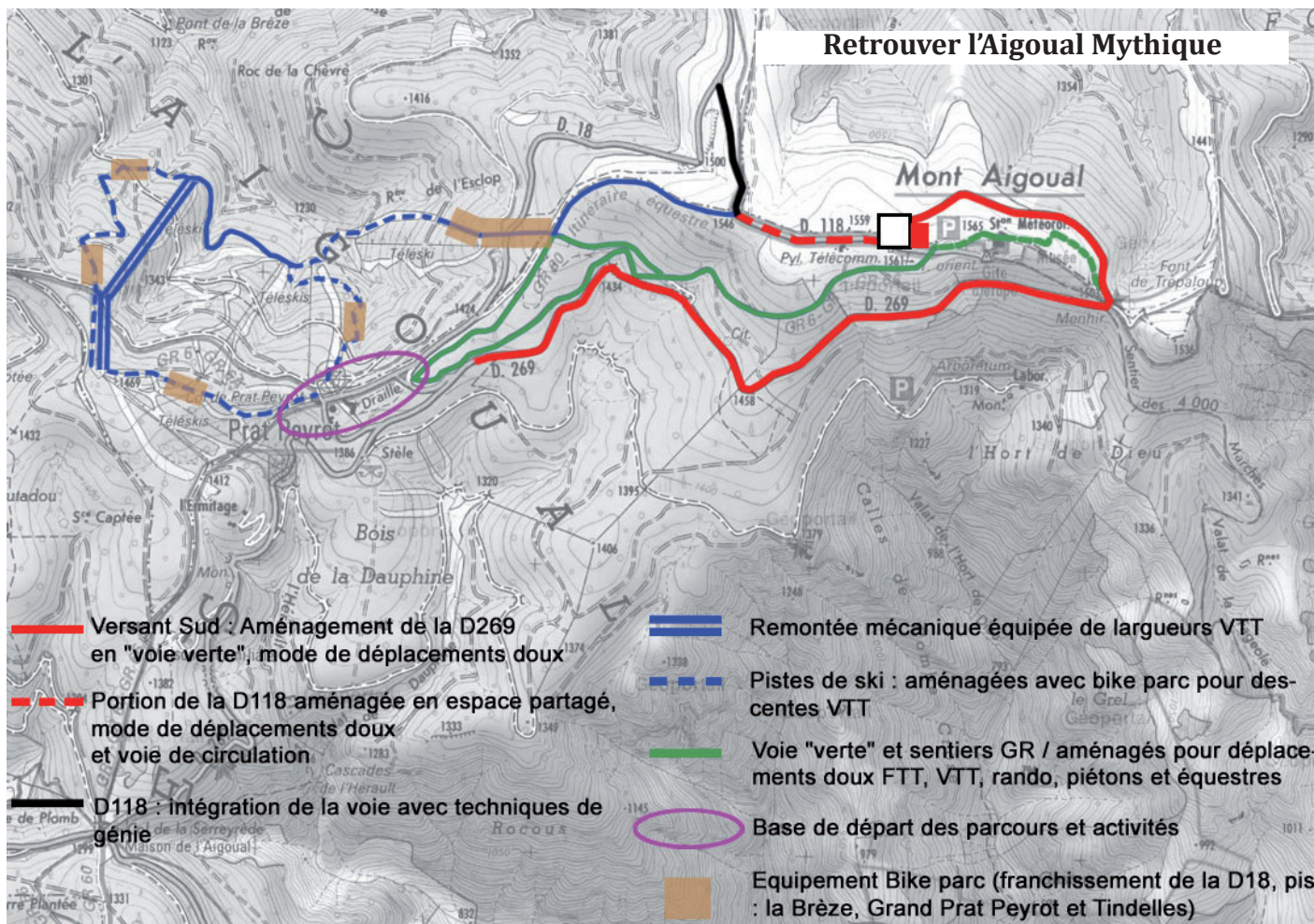
Cette première réalisation peut être lancée rapidement ; voir l'illustration ci-dessous.



c – établir un programme global en concertation avec l'ensemble des acteurs

Les différents axes de réflexion proposés :

- > les différentes pratiques sportives, leur coordination
- > les usages par les visiteurs des espaces (espaces de jeux pour les petits, des aires de pique-nique ...)
- > les services que l'on doit pouvoir trouver dans une base 4 saisons de pratiques de Pleine Nature ...



Orientation Stratégique 2 : Développer le massif, territoire d'activités

4 saisons de nature, de vie, de découverte

Le Massif de l'Aigoual doit renforcer sa structuration territoriale déjà en place autour des loisirs et activités de pleine nature (APPN). Prat Peyrot pourrait évoluer et renforcer le rôle du sommet de l'Aigoual comme articulation/convergence du réseau d'itinérances, ainsi que devenir une base de départ/arrivée sportive.

> La randonnée est la base – le fondement du tourisme local (forte densité de chemins et GR), et accessible à tous : la conforter
 > Insister sur les aspects 4 saisons + la grande participation de nombreux acteurs associatifs et institutionnels : vélo club de l'Aigoual, foyer de ski de fond, ESF, ski club, moniteurs

> insister sur l'importance de l'ouverture des lieux et itinéraires à l'usage des personnes handicapées

Cet axe fait l'objet de la demande de subvention « Pôle Nature », lancé par la Datar Massif central

2.1 Pratiques sportives – pratiques ludiques

L'objectif est d'organiser les itinérances (piétons, VTT, raquettes ...) sur le Massif de l'Aigoual et les relier à l'offre Cévennes ainsi qu'avec les réseaux de Grande Traversée du Massif Central. Pour cela, il convient de réaliser un schéma directeur des activités de pleine nature en partenariat avec l'ensemble des clubs sportifs et prestataires présents sur le Massif.

Dans un deuxième temps, il faudra renforcer la présence à proximité des pôles d'hébergement et des villages de sites de baignade ou de rafraîchissement indispensables à une clientèle familiale.

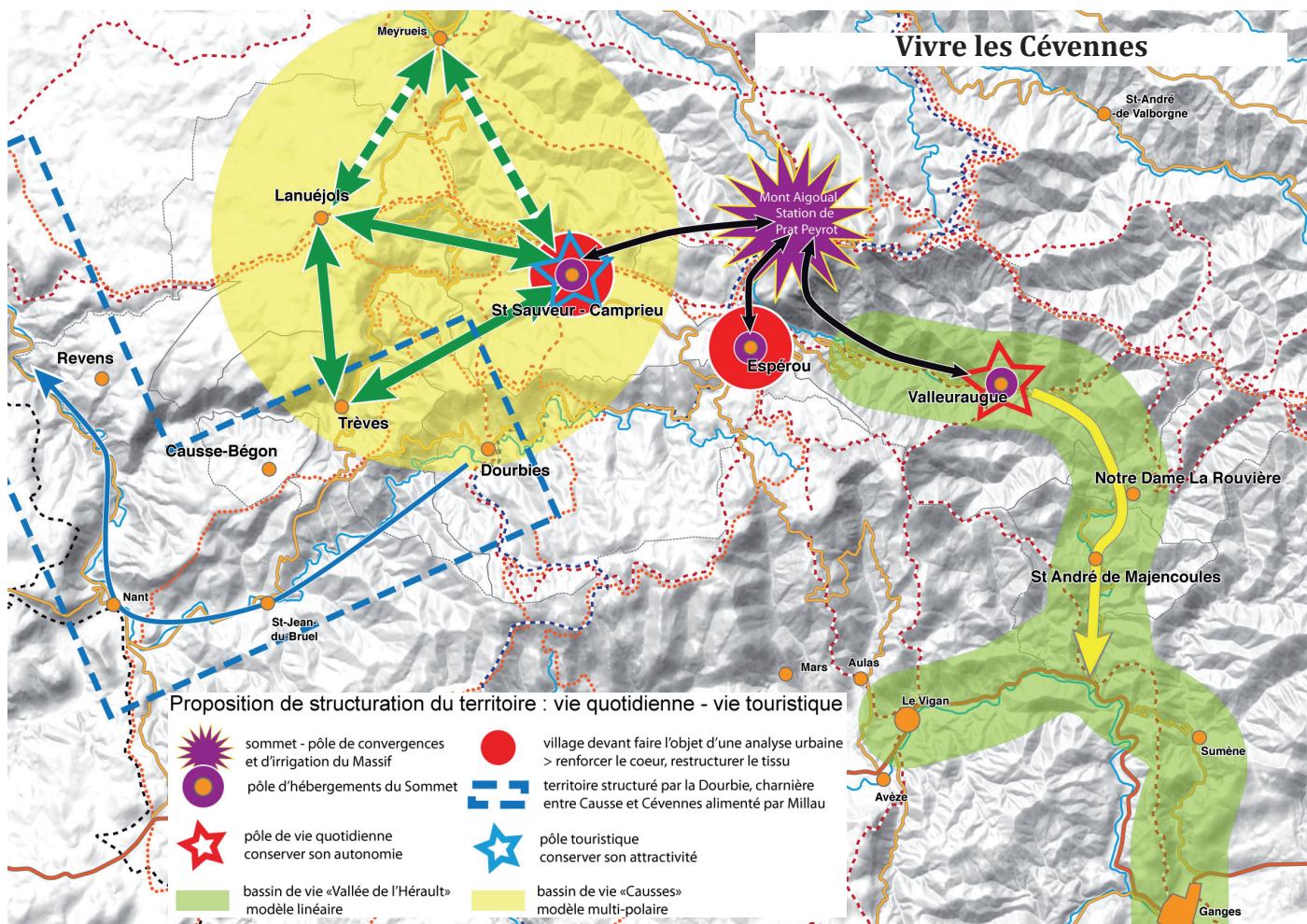
2.2 Découvrir / comprendre / interpréter le Massif de l'Aigoual

Il s'agit de valoriser les facettes historiques et culturelles du Massif et de mettre en réseau les sites patrimoniaux et les villages. La politique en cours de rénovation des sentiers d'interprétation, la création d'un musée et/ou d'espaces couverts de découverte y ont toute leur place; Cela rejoint les réflexions en cours au sein du PNC sur la création d'un nouvel écomusée sur l'Aigoual. Révéler les routes comme vitrine du territoire et chemin de découverte du massif de l'Aigoual relève du même ordre d'idées.

2.3 Vivre les Cévennes

Il est ici question de la vie quotidienne des habitants, de la façon dont le tourisme s'inscrit dans les espaces publics et cœurs de villages, de l'animation et des lieux bâtis pour cela.

Il s'agit également de la qualité paysagère du Massif, qualité paysagère qui se construit au fil de chaque intervention ou aménagement dans le territoire. La présence d'un architecte ou paysagiste conseil sur le territoire permettrait d'éviter l'altération des qualités paysagères et villageoises du territoire de l'Aigoual.



Orientation Stratégique 3 : professionnaliser et caractériser l'offre touristique

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

C'est pourquoi le Massif de l'Aigoual doit s'appuyer sur les "pépites" de son territoire pour en faire une offre touristique qui le caractérise et offrir aux visiteurs journée comme aux touristes en séjour, des "expériences sensorielles mémorables".

Cette valorisation de l'offre touristique se fait aussi bien par des actions qui impliquent de nombreux acteurs touristiques, la création de produits touristiques packagés par exemple, que par de simples gestes d'accueil. Cette valorisation pose la question des labels : certains sont incontournables, d'autres de bonnes opportunités pour porter le positionnement du territoire.

La professionnalisation consiste à

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

Cette professionnalisation passe par :



Département des Vosges : cahier d'idées pour les projets d'hébergement

3.1 Mettre au goût du jour les hébergements

Pour répondre aux standards de la demande, et se mettre en valeur, l'action sur les hébergements porte notamment sur :

- La mise au goût du jour, par une campagne d'exemples et des simulations d'appartement témoin. Ou une assistance à porteur de projets, pour que chaque réhabilitation, extension, création soit caractérisée.
- La labellisation des hébergements, qualité tourisme/clévacances comme standard et Gîtes Panda, en partenariat avec le PN Cévennes comme offre distinctive
- L'accueil des camping-cars, au travers de quelques places et d'emplacements choisis, pour profiter des retombées économiques de ces clientèles "explorateurs".

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

C'est valoriser la restauration au travers de nombreux produits locaux connus et reconnus, et insister sur la qualité des services dans les restaurants. Avec :

- Un concours et des formations pour créer et mettre dans les cartes des "menus de l'Aigoual", avec entrée, plat, dessert. Les tarifs peuvent être harmonisés et des menus spéciaux pour les enfants ou formule rapide peuvent être proposés. De plus l'offre de restauration peut-être associée à d'autres prestataires touristiques comme les accompagnateurs en moyenne montagne pour les randos-bistrot
- La mise en scène des restaurants : terrasses, mobiliers, sets de table...
- Les labels : militant du goût, café de pays, Assiette de Pays



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



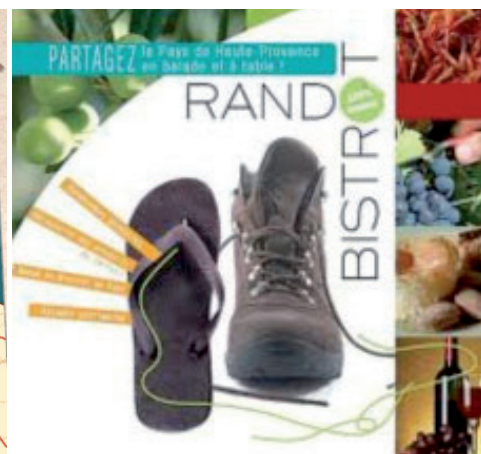
Assiette de pays

Composé d'au moins 3 produits de terroir
22 établissements labellisés en
Languedoc-Roussillon



Carte de la route des Saveurs.

Regroupe 17 fermes ou restaurants, liés par une charte.
Pays de Trégor-Goëlo, Côtes d'Armor,



Circuits Rando Bistrot

Randonnée accompagnée et menus singulier
dans un bistrot de pays

Orientation Stratégique 3 : professionnaliser et caractériser l'offre touristique

3.3 Créer des produits touristiques

Les packages hébergement + activité + restauration sont de plus en plus prisés par les clientèles, surtout dans le cadre de court-séjour. Ces offres porteront en priorité sur :

- Prat Peyrot : hébergement + forfait + location de matériel + transport à destination des étudiants en semaine et le week-end, et à destination de groupes d'amis pour des court-séjour
- Les court-séjours à thème comme produit d'appel : ex. le tour de l'Aigoual avec nuit au météo-site, randonnée gourmande entre Causses et Méditerranée, mobilité douce entre Aigoual et Cévennes...

Ces produits pourront être commercialisés par des opérateurs touristiques : collectivités locales, office de tourisme ou tour opérateur.



Produit existant sur l'Aigoual,
Proposé par le tour opérateur Chamina

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

3.4 L'accueil

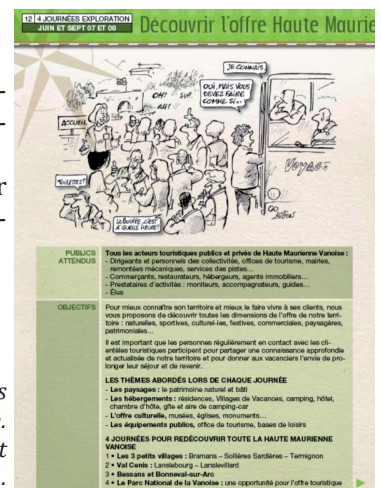
Valoriser le positionnement auprès des personnes qui vont le porter au quotidien :

- Former les acteurs au conseil en séjour pour un accueil plus personnalisé des visiteurs et des séjournants, en particulier pour mettre en place des gestes d'accueil. Formations en salle ou sur le terrain avec eductour.
- Sensibiliser les habitants mais aussi les différentes branches professionnelles pour faire d'eux des "ambassadeurs" du massif de l'Aigoual : carte d'ambassadeur avec avantages, réunions publiques...

Programme d'eductour en Haute Maurienne Vanoise (73)

Les prestataires touristiques visitent ensemble, en minibus, le territoire et les établissements de chacun.

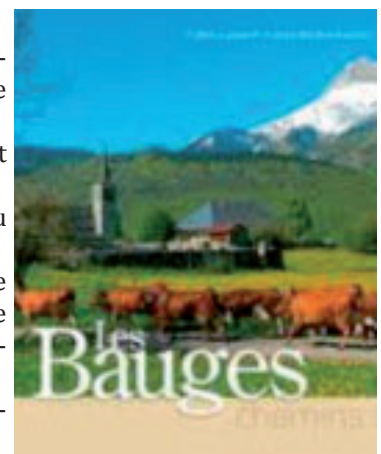
La visite est animée par un intervenant extérieur et tous les points de l'accueil sont évalués : entretien des abords, banque d'accueil, affichage...



3.5 La communication et la promotion

L'ensemble des outils et manifestations qui promeuvent le Massif sont à mettre en cohérence pour que l'image choisie pour le massif soit forte et fidèle à ce qu'offre vraiment le territoire. Les actions portent notamment sur :

- Les outils de communication actuels : brochure, banque d'images, site Internet www.causses-aigoual-cevennes.org ...
- Les nouveaux outils de communication : page Facebook, ouvrage touristique du Massif...
- La promotion et le déroulé des événements "symboliques" du Massif, pour en faire une vraie vitrine du territoire : par exemple le trail des hospitaliers avec la mise en place d'animations pour les accompagnants, d'expositions de photos du massif sur bache panoramique en plein air, de chasse au trésor smartphones pour les enfants...
- La promotion dans les agglomérations : présence dans les magasins de sport, Plaisirs d'Hérault au Château d'O à Montpellier...



"Beau livre" sur le Massif des Bauges et ses ressources touristiques (73)

Commandé par le Parc Naturel Régional du Massif des Bauges

Disponible dans toutes les bibliothèques et médiathèques des agglomérations des Savoie

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

Il s'agit de s'organiser pour porter l'ensemble des projets et organiser leur réalisation.



4.1 Conduire la restauration du sommet – Aigoual Mythique

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

La multiplicité des acteurs impose une réflexion sur le mode de gouvernance possible : un organe de coordination du projet et de gestion du site du sommet de l'Aigoual, peut-être un syndicat mixte ou la structure intercommunale, doit associer les diverses collectivités (communes, département, région) impliquées dans la gestion pérenne du site. Cet organe doit avoir a minima une compétence d'études et si possible (cela semble même indispensable) une compétence de maîtrise d'ouvrage pour tout ou partie des actions à mettre en oeuvre, y compris des aménagements.

4.2 Animer les acteurs de l'offre touristique

La finalité est de mettre en œuvre l'ensemble des préconisations de l'axe 3, préconisations qui œuvrent à l'amélioration globale de l'offre touristique sur l'ensemble du territoire du Massif de l'Aigoual. Les acteurs concernés sont l'ensemble des entreprises offrant des services touristiques et notamment hébergeurs, restaurateurs, prestataires de services ...

L'office du tourisme a un rôle essentiel d'animation, conseil, envers l'ensemble des acteurs.

4.3 Fédérer les acteurs de l'offre de pleine nature

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



Réfléchir et travailler ensemble