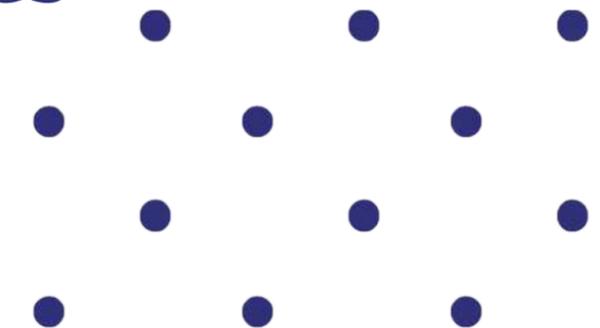
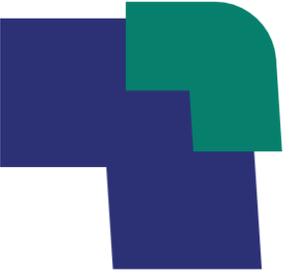


# Avenir Montagnes Ingénierie

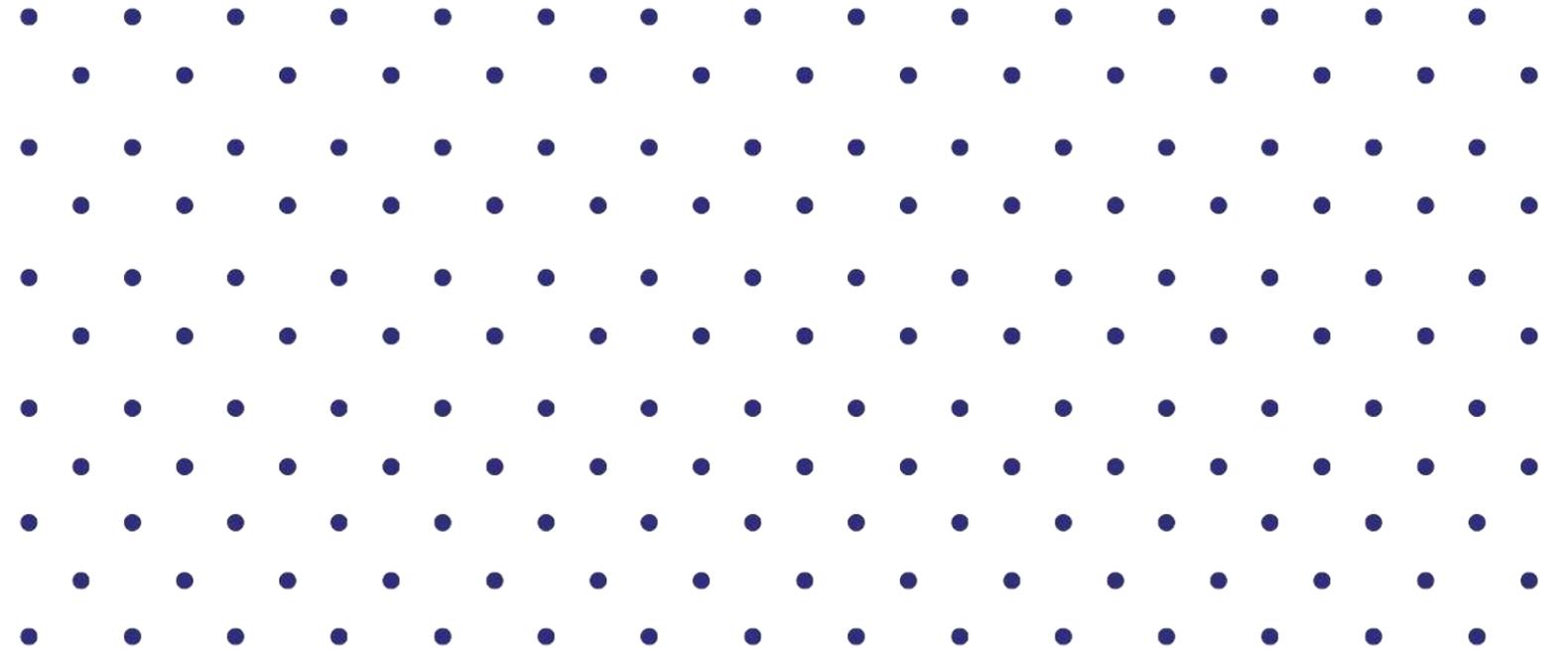
Accompagner en ingénierie les territoires de montagne vers une stratégie de développement touristique adaptée aux enjeux des transitions écologiques et de la diversification touristique.





# Projet de transition touristique intercommunautaire

Mézenc Loire Meygal / Sucs / Haut-Lignon



# Stratégie touristique intercommunautaire et programme pluriannuel d'actions communes

/ validés lors du Comité de Projet du 16 février 2023

En présence de : Fabrice Pannekoucke, Antoine Planquette,  
Fabrice Bonicel, Paul-Henry Dupuy



Organismes représentés :

COMMUNAUTES DE COMMUNES MEZENC LOIRE MEYGAL / CC SUCS / CC HAUT- LIGNON

PREFECTURE DE HAUTE-LOIRE

SOUS PREFECTURE D'YSSINGEAUX

COMMISSARIAT DU MASSIF CENTRAL

BANQUE DES TERRITOIRES

REGION AUVERGNE RHONE ALPES

AGENCE REGIONALE DE TOURISME

DEPARTEMENT HAUTE-LOIRE

MISSION DEPARTEMENTALE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE Haute-Loire

P.N.R DES MONTS ARDECHE

P.E.T.R DE LA JEUNE LOIRE

PAYS DU VELAY

GROUPE D'ACTION LOCALE DE HAUTE-LOIRE

S.I.V.O.M DU MEYGAL

SYNDICAT DU LIZIEUX

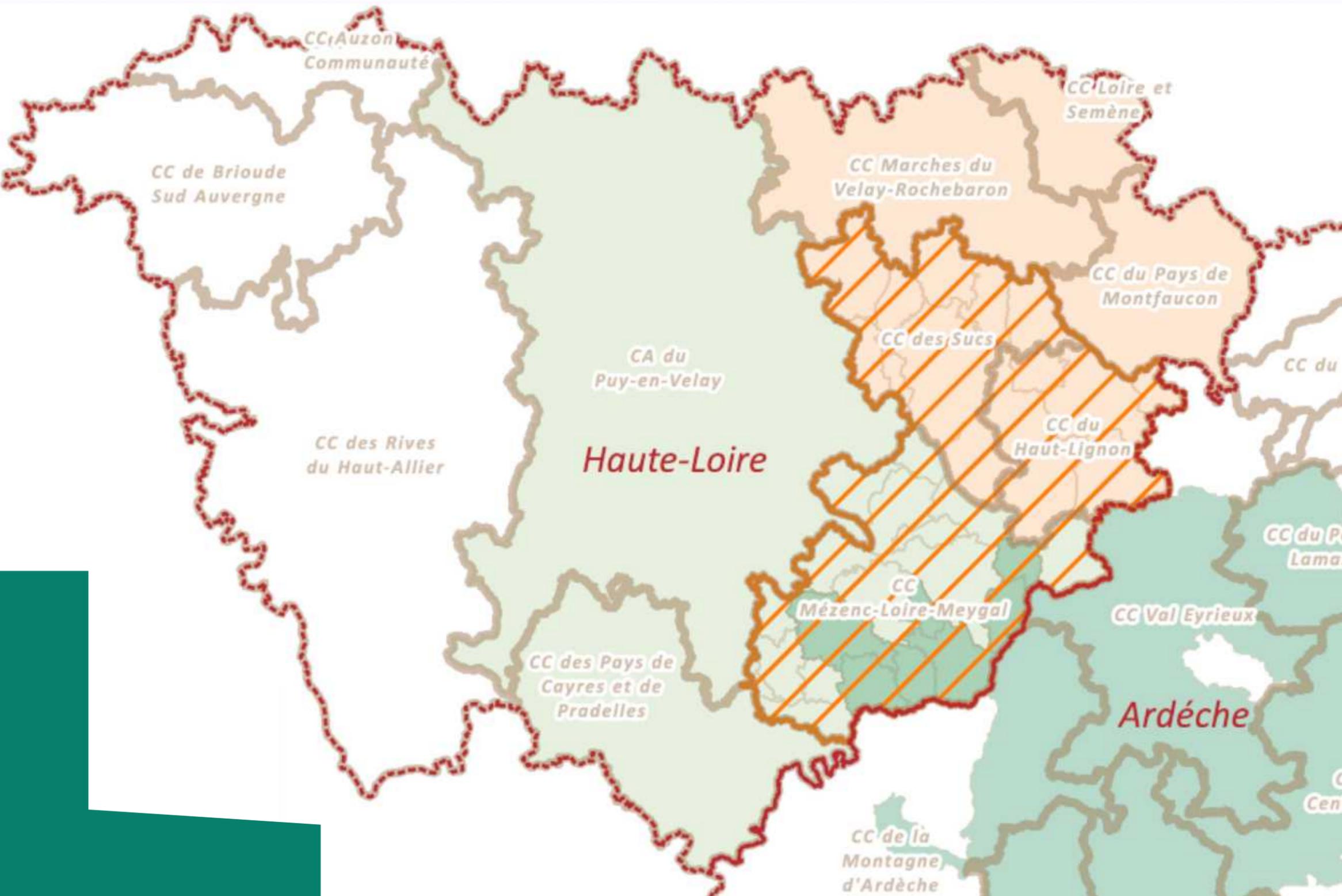
C.C.I DE HAUTE LOIRE

Excusés : Direction Départementale des Territoires.



# Projet de transition touristique intercommunautaire Mézenc Loire Meygal / Sucs / Haut-Lignon

Une vision stratégique et partagée  
Un développement touristique durable  
qui répond aux enjeux de transition



**Le soutien de la Région**  
Aide financière aux projets publics et privés

**Le soutien de l'Etat**  
Chef de projet  
Expertises  
Réseau national

**La mutualisation d'actions**  
Economie de moyens  
Pertinence d'échelle  
Partage de compétences

**Plus de cohérence pour solliciter des partenariats**  
Etat, Région, Massif Central, Département...

**96%**  
DE FONCTION TOURISTIQUE

**25%**  
LITS TOURISTIQUES HTE LOIRE

**Un territoire touristique plus attractif**  
OFFRE TOURISTIQUE

**35%**  
NUITÉES

+ DENSE  
+ ATTRACTIVE

37 400 habitants  
37 communes dont 10 bourgs structurants (6 PVD)  
1 ville centre

1 STATION DE MONTAGNE  
2 DOMAINES NORDIQUES  
GORGES LOIRE ET LIGNON  
3 VOIES VERTES, 2 LACS  
1 FUTUR GRAND SITE





# ENJEUX

- \* Rendre le territoire plus visible auprès des clientèles
- \* Fidéliser et conquérir de nouvelles clientèles en adaptant l'offre et les services, et tendre à l'excellence

# 1<sup>er</sup> AXE STRATEGIQUE

**Positionner le territoire sur une image de montagne,**

**développer la communication et la mise en marché correspondante en lien avec les partenaires**

# OBJECTIFS

- \* **Faire ressortir l'image et les valeurs d'un pays de «hautes terres »**, en s'appuyant sur les sommets emblématiques (Mézens Gerbier, Testavoyre, Lizieux)
- \* **Structurer, hiérarchiser et compléter l'offre touristique**, en cohérence avec cette image et les attentes des clientèles
- \* **Faire connaître** cette offre commune et en favoriser la commercialisation
- \* **Valoriser les atouts phares et l'offre touristique par la digitalisation**
- \* **Mettre en scène la montagne** par l'aménagement de belvédères de grande qualité, qui font de la halte une expérience en soi

# 1<sup>er</sup> AXE STRATEGIQUE – Actions communes

## Positionner le territoire sur une image de montagne, développer la communication et la mise en marché correspondante en lien avec les partenaires

### \* Construire le positionnement du territoire sur ses valeurs de « hautes terres », et le décliner de manière marketing

/ Etude de positionnement marketing et déclinaison visuelle : sur les bases des valeurs identitaires et partagées, nom de la marque « ombrelle », accroches marketing, identité visuelle, déclinaison marketing de l'offre touristique. Travail sur le cahier des charges en cotech.

### \* Structurer, hiérarchiser et compléter l'offre touristique, en cohérence avec cette image et les attentes des clientèles

/ Mettre en place des outils d'observation permettant de mieux connaître les clientèles :

**Conduite d'une enquête clientèle qualitative globale** sur 12 mois (mars 2023-mars 2024)

(associée à des outils d'observation complémentaires : données issues de la perception de la taxe de séjour, de l'outil Fluxvision, etc)

/ Travail de structuration de l'offre touristique en fonction des préconisations marketing (en interne)

### \* Faire connaître cette offre commune et en favoriser la commercialisation

/ Communiquer ensemble sur l'offre touristique :

**Plan de communication commun aux 3 OT :**

2023 Participation commune aux salons proposés par les partenaires - Reportage photos pour alimenter les supports à venir

/ Favoriser la mise en marché de cette offre commune : diagnostic de la mise en marché en ligne des activités

# 1<sup>er</sup> AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Positionner le territoire sur une image de montagne,  
développer la communication et la mise en marché correspondante  
en lien avec les partenaires**

**\* Valoriser les atouts phares et l'offre touristique par la digitalisation**

/ Mise en place d'outils de présentation de l'offre innovants (exemple des dalles tactiles en OT). En 2023 : comparatif des outils.

/ Mise en place de webcams sur des lieux stratégiques et emblématiques

**\* Mettre en scène la montagne par l'aménagement de belvédères de grande qualité, qui font de la halte une expérience en soi**

/ Identification des sites potentiels, prise de contact avec les partenaires (PNR des Monts d'Ardèche, lien avec l'Opération Grand Site...)

Ex de belvédères en Norvège :



# ENJEUX

- \* Favoriser la résilience et la diversification des activités proposées
- \* Structurer l'offre autour de pôles d'activités et axes structurants
- \* Valoriser et participer à la conservation et à la transmission des patrimoines naturels, architecturaux, vernaculaires, culturels, cultuels

# 2ème AXE STRATEGIQUE

**Diversifier l'offre d'activités, pour les rendre complémentaires et adaptées aux évolutions, et devenir un territoire montagne été et hiver**

# OBJECTIFS

- \* Soutenir la station du Mézenc et le domaine nordique du Meygal pour devenir des **pôles de pleine nature toutes saisons**
- \* Identifier et structurer les **pôles d'activités structurants et complémentaires**
- \* **S'appuyer sur les voies vertes et voies douces pour valoriser l'offre touristique**, en proposant des solutions de mobilités alternatives
- \* **Structurer et valoriser l'offre autour de l'eau** : gorges de la Loire, gorges du Lignon, lacs de montagne, lac de plaisance de Lavalette...
- \* **Valoriser les richesses** naturelles, culturelles et patrimoniales
- \* **Développer l'agri-tourisme et le tourisme des savoir-faire** artisanaux et industriels
- \* **Soutenir la diversification des activités des prestataires touristiques**

## 2ème AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Diversifier l'offre d'activités,  
pour les rendre complémentaires et adaptées aux évolutions,  
et devenir un territoire montagne été et hiver**

**\* Accompagner les pôles neige et activités pleine nature dans leur diversification et transition**

2 pôles neige, lac de Lavalette, source et gorges de la Loire (Retournac), gorges du Lignon (site de la passerelle), voies vertes, lacs de St-Front et Devesset, chemin de St-Jacques-de-Compostelle, chemin de Stevenson, chemin de St Régis, patinoire et gare de Lantriac...

**/ Réalisation d'une étude globale pour accompagner le territoire dans sa transition climatique**

Objectif : acquérir les compétences de base afin de comprendre et partager les sujets du changement climatique et de la transition écologique, disposer d'éléments de constat, de prévision et d'anticipation pour définir et dimensionner l'action du territoire en réponse au changement climatique, et donc la programmation du développement des pôles d'activités PN en fonction de l'enneigement futur, de la disponibilité des ressources en eau, de l'évolution des forêts, etc.

**/ Pour les 2 pôles neige : construction de scénarios de transition pour passer d'une garantie de la neige à une garantie d'activités**

Sur la base études existantes et d'expertises complémentaires (analyse par Nordic France, diagnostic des activités PN...), et concertation avec les acteurs locaux et les partenaires. Offres d'expertises AM et travail en interne.

**/ Analyse complémentaire pour identifier les sites et espaces PN et indoor structurants, et prévoir les aménagements favorisant leur diversification et transition** : échanges avec les gestionnaires, compilation des études existantes, identification des clientèles et aide à la définition des aménagements complémentaires au regard de la stratégie intercommunautaire

**/ Accompagner les projets d'aménagement existants pour diversifier les activités, étendre la saisonnalité touristique, améliorer l'accueil, les services et le parcours client** : signalétique, aménagement d'espaces d'accueil et de pique-niques, équipements divers dont digitaux, fluidité depuis la prise d'information en ligne, jusqu'à l'expérience sur place et le suivi

## 2ème AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Diversifier l'offre d'activités,  
pour les rendre complémentaires et adaptées aux évolutions,  
et devenir un territoire montagne été et hiver**

**\* Réaliser une analyse complémentaire pour relier les voies vertes existantes et en projet à l'offre touristique, et pour faire de ces voies vertes à la fois un produit touristique innovant et un outil de mobilité douce (touristique et quotidien)**

**/ Coordination des projets existants, identification du tracé des voies douces complémentaires, orientation des aménagements pour proposer des modules ludiques/de découverte, développement des labels vélos....**

(Connexion avec la réflexion sur les éco-mobilités)

Ex : Via Vercors en  
Isère

1ère voie douce de  
montagne, à la fois  
éco-citoyenne et  
équipement  
touristique : 55 km  
à plus de 1 000m  
d'altitude



## 2ème AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Diversifier l'offre d'activités,  
pour les rendre complémentaires et adaptées aux évolutions,  
et devenir un territoire montagne été et hiver**

### \* **Valoriser les richesses naturelles, culturelles et patrimoniales**

/ **Réflexion pour déterminer 1 (ou plusieurs) projets de valorisation du patrimoine fédérateurs**

Pistes : valorisation du patrimoine situé à proximité d'une itinérance structurante par des outils digitaux innovants (ex la thématique du patrimoine religieux sur le tour de St Régis, la valorisation des maisons d'assemblées, ....)

2ème semestre 2023 : définition et conception du(es) projet(s)

1<sup>er</sup> semestre 2024 : lancement de la réalisation du(es) projet(s)

### \* **Développer l'agri-tourisme et le tourisme des savoir-faire artisanaux et industriels**

/ **Recensement des initiatives existantes sur les 3 EPCI, pour orienter éventuellement une action commune**

### \* **Soutenir la diversification des activités des prestataires touristiques**

/ **Accompagnement des porteurs de projets par le chef de projet AM (champ d'action à préciser par EPCI)**

# ENJEUX

\* Favoriser la préservation et la valorisation des paysages, des milieux naturels, de la biodiversité et des ressources naturelles, notamment les « succs », caractéristiques de la géologie locale

# 3ème AXE STRATEGIQUE

**Mettre en oeuvre une politique de développement maîtrisé, qui valorise les espaces et milieux naturels, tout en participant à leur préservation**

# OBJECTIFS

\* **Réguler la fréquentation, aménager et communiquer sur les sites naturels et itinéraires** de manière à protéger leur intégrité

\* **Prévoir le développement des activités de pleine nature**, en cohérence avec la nécessité de préserver les sites fragiles, les besoins des pratiquants locaux et touristes, et le potentiel des espaces

\* **Enrichir l'offre d'itinérance en proposant des zones de bivouacs**, pour favoriser l'immersion dans le milieu naturel et la qualité de l'expérience

\* **Harmoniser les filières d'activités de pleine nature sur le territoire de projet**

## 3ème AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Mettre en oeuvre une politique de développement maîtrisé, qui valorise les espaces et milieux naturels, tout en participant à leur préservation**

**\* Réguler la fréquentation, aménager, et communiquer sur les sites naturels et itinéraires de manière à protéger leur intégrité**

**/ Observer la fréquentation de sites d'activité pleine nature et des itinéraires**

**Observation fine des flux grâce à l'outil Outdoorvision** sur certains sites ou itinéraires à observer en priorité (pôles de pleine nature, sites naturels très fréquentés, sites naturels fragiles...) – Accès gratuit par le dispositif AM, collaboration étroite avec la CDESI (2023)

**Observation complémentaire** si nécessaire grâce à la mise en place d'éco-compteurs, de comptages sur sites et d'enquêtes pour détecter notamment les attentes en termes d'équipement, de services, de communication (cf les outils du Laboratoire de l'itinérance de l'IPAMAC).

**/ Valoriser les sites naturels et itinéraires tout en les préservant**

2023 : coordination avec la démarche Opération Grand Site, et réflexion sur la valorisation des Sucs.

**\* Prévoir le développement des activités de pleine nature, en cohérence avec la nécessité de préserver les sites fragiles, les besoins des pratiquants locaux et touristes et le potentiel des espaces**

**/ Analyse complémentaire pour déterminer les orientations de développement les plus pertinentes** au regard de l'existant, des attentes des clientèles, de la disponibilité et/ou de la fragilité des zones de pratique : mettre l'accent sur la randonnée en itinérance, les sports de niche, favoriser les pratiques familiales, plus expertes...

Travail en interne avec les personnes ressources du territoire, avec si nécessaire un diagnostic externe des activités de pleine nature ou une animation des acteurs par l'un des partenaires de l'ANCT.

# 3ème AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Mettre en oeuvre une politique de développement maîtrisé,  
qui valorise les espaces et milieux naturels,  
tout en participant à leur préservation**

**\* Enrichir l'offre d'itinérance en proposant des zones de bivouacs, pour favoriser l'immersion dans le milieu naturel et la qualité de l'expérience**

/ **Implantation d'aires de bivouac** : identification des besoins et des sites potentiels, définition des aménagements (aménagement du périmètre, signalétique pédagogique...) , mise en place d'un cahier des charges et d'un règlement d'utilisation commun, réalisation des aires, communication à mettre en oeuvre auprès du public

En 2023 : vérification du besoin, si avéré recensement des sites potentiels et définition de la modélisation des aires

**\* Harmoniser les filières d'activités de pleine nature sur le territoire de projet**

/ **Actions 2023** :

Harmonisation de l'offre VTT sur la CC des Sucs par la labellisation VTT-FFC

Offre trail à compléter par des circuits situés dans la haute vallée de la Loire (MO CC MLM), et par la création de circuits trails sur la CC des Sucs

Compléter l'offre CO au Monastier/Gazeille (M.O CC MLM)

Réflexion collective sur la valorisation de la filière escalade, et poursuite des aménagements par chacun des M.O.

# ENJEUX

- \* Impulser une dynamique de transition touristique avec les acteurs locaux
- \* Contribuer à faire des activités de pleine nature un outil de bien-être et de santé pour les habitants
- \* Renforcer l'attractivité du territoire de projet par un développement durable qui prenne en compte les aspects économiques, sociaux, environnementaux

# 4ème AXE STRATEGIQUE

**Intégrer les fondamentaux du tourisme durable, pour construire un développement touristique qui renforce également l'attractivité du territoire pour ses habitants**

# OBJECTIFS

- \* Mener sur le territoire **une démarche de transition touristique** avec tous les acteurs
- \* **Développer les écomobilités** pour desservir les sites touristiques
- \* **Favoriser la pratique d'activités PN par les habitants**, pour améliorer leur santé et les sensibiliser aux enjeux environnementaux sur les sites et itinéraires de pratique
- \* **Veiller à la sensibilisation et au lien entre tous les acteurs économiques**, pour que le tourisme soit un facteur d'attractivité fort du territoire

## 4ème AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Intégrer les fondamentaux du tourisme durable, pour construire un développement touristique qui renforce également l'attractivité du territoire pour ses habitants**

**\*Mener sur le territoire une démarche de transition touristique avec tous les acteurs**

**/ Construire et suivre la stratégie tourisme durable du territoire grâce au Passeport Vert**

Le Passeport Vert : un programme international pour développer et valoriser les destinations de tourisme durable.

**Objectif : favoriser l'émergence d'une offre de tourisme durable sur une destination touristique : engager les acteurs du territoire, créer une offre touristique responsable et durable, et mesurer les impacts de la destination.**

Accompagnement par un prestataire pour construire la mise en tourisme durable du territoire, qui se traduit par un plan d'action personnalisé selon les axes stratégiques de la destination, et la mise en place d'un plan de communication.

Veille sur les dispositifs de financement spécifiques.

Les outils du Passeport Vert correspondent aux outils de pilotage des Objectifs de Développement Durable des Nations Unies.

## 4ème AXE STRATEGIQUE – Actions communes

**Intégrer les fondamentaux du tourisme durable, pour construire un développement touristique qui renforce également l'attractivité du territoire pour ses habitants**

**\* Développer les écomobilités pour desservir les sites touristiques**

**/ Réaliser un schéma de desserte pour rendre accessibles une sélection de sites touristiques, par des mobilités alternatives à la voiture**, complété par un programme d'actions opérationnel

Identifier les sites d'intérêt touristique prioritaires pour une accessibilité sans voiture, et/ou permettant la construction d'une offre touristique de séjour sans voiture, favoriser le développement des mobilités alternatives (utilisation et développement des voies vertes et voies douces, mise en place d'équipements vélos..), favoriser les transports en communs ou collectifs, la mise en place de navettes...., valoriser une offre de séjours sans voiture.....

**\* Favoriser la pratique d'activités PN par les habitants, pour améliorer leur santé et les sensibiliser aux enjeux environnementaux sur les sites et itinéraires de pratique**

**/ Favoriser le retour d'expérience entre les intercommunalités** : recensement des initiatives menées sur les 3 EPCI (en particulier sur la CC MLM qui est précurseur dans ce domaine), pour qu'elles puissent faire exemple.

**\* Veiller à la sensibilisation et au lien avec les acteurs économiques, pour que le tourisme soit un facteur d'attractivité du territoire**

Objectifs : favoriser le fait que les acteurs touristiques se fournissent localement, mettre en avant et valoriser les productions locales auprès du public touristique et des prestataires, valoriser l'attractivité du territoire (en tant que lieu d'habitation principal) par le biais des OT et des communications territoriales

**/ Veiller à l'intégration des représentants du domaine économique dans les différents groupes de travail thématiques**