

GUIDE PRATIQUE



Le tourisme durable  
en pratique :  
20 exemples innovants  
dans les Grands Sites de France



GRAND SITE  
Réseau des  
Grands Sites  
de France

### **A propos des Grands Sites de France**

*S'appuyant sur un capital paysager remarquable, cadre de vie de qualité et facteur puissant d'attractivité de la France, les Grands Sites de France, constituent des laboratoires d'une gestion durable et innovante des territoires, associant préservation à long terme du patrimoine, accueil d'un très large public (32 millions de visiteurs chaque année sur les 41 sites membres du RGSF), développement local et retombées touristiques.*

*Ils promeuvent un tourisme durable associant les habitants et les professionnels, mobilisant les ressources propres du territoire et faisant écho aux aspirations nouvelles des visiteurs pour des espaces à la fois préservés et vivants.*

*Le Réseau des Grands Sites de France rassemble des sites qui ont reçu le label Grand Site de France attribué par le ministre en charge de l'Environnement et d'autres qui travaillent à l'obtenir un jour. Ils ont en commun d'être des paysages emblématiques de notre pays connaissant une forte fréquentation touristique et protégés par la loi de 1930.*

[www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

# Le tourisme durable en pratique : 20 exemples innovants dans les Grands Sites de France

CE GUIDE A ÉTÉ RÉALISÉ PAR LE RÉSEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE,  
AVEC LA COLLABORATION ET LE SOUTIEN DE :



# Préface

En œuvrant à préserver et faire vivre un patrimoine naturel et culturel remarquable, les Grands Sites de France permettent au visiteur de découvrir dans leur intégrité la beauté et la singularité des lieux.

La fréquentation touristique y repose néanmoins sur un délicat équilibre conjuguant maîtrise des impacts et volonté de faire partager les valeurs du site.

La Direction Générale des Entreprises a participé aux travaux menés par le Réseau des Grands Sites de France pour caractériser l'approche du tourisme dans ces Grands Sites, dont les apports ont été formalisés dans un document cadre publié en 2014.

Le présent recueil en concrétise les recommandations, en s'appuyant sur vingt expériences de gestionnaires de Grands Sites exposant leur méthodologie et leurs résultats : l'accompagnement des professionnels pour qualifier leurs prestations et les outils d'appréhension du site proposés aux visiteurs traduisent l'exigence des gestionnaires de délivrer une offre à hauteur de la promesse du Grand Site.

Ces exemples démontrent aussi que le tourisme durable induit non seulement des effets favorables au développement économique des territoires mais aussi des modes de gestion concertés que la politique touristique de l'Etat s'efforce d'impulser auprès de l'ensemble des acteurs du tourisme.

Emma Delfau

*Sous-directrice du Tourisme*

*Direction Générale des Entreprises*

*Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique*

Le tourisme en France est un puissant moteur de notoriété, de compétitivité, de développement économique et d'attractivité pour les territoires. Afin de répondre aux objectifs d'accueil de 100 millions de touristes étrangers par an d'ici 2020 (85 millions en 2015), le groupe Caisse des Dépôts se donne l'ambition de mobiliser une capacité d'investissement de près d'un milliard d'euros sur les cinq prochaines années au service de l'économie du tourisme, avec trois cibles prioritaires : l'hébergement, les équipements et infrastructures, et les entreprises.

En tant qu'investisseur d'intérêt général, notre Groupe recherche des modèles économiques visant à concilier développement touristique et respect de l'environnement. Cet engagement est pleinement partagé avec le Réseau des Grands Sites de France, dont nous sommes partenaires depuis plusieurs années. Cela suppose notamment de prendre en compte la dimension sociale du développement touristique mais aussi les nouvelles formes de concertation nécessaires avec les habitants.

Dans ce guide, la plupart des expériences présentées témoignent de ces valeurs. Elles illustrent par ailleurs notre engagement commun en faveur de la Transition Énergétique et Ecologique (TEE). Nous sommes en effet convaincus que les territoires, à l'exemple des Grands Sites, sont les garants de sa réussite.

Ainsi, je me félicite du partenariat que nous avons noué depuis plus de dix ans avec le Réseau des Grands Sites de France et tout particulièrement du fruit de cette collaboration qui a conduit à l'élaboration de ce Guide, réalisé avec la collaboration de notre service, Mairie-conseils et en lien avec les ministères en charge de l'Environnement et du Tourisme.

Bonne lecture,

Marc Abadie

*Directeur du Réseau et des Territoires*

*Caisse des Dépôts*

La politique des Grands Sites de France a 40 ans d'existence. Une cinquantaine de territoires se sont engagés dans cette voie d'excellence, avec l'ambition de placer la préservation des paysages remarquables au cœur de leur action. Ils accueillent chaque année de l'ordre de 40 millions de visiteurs, en quête d'authenticité et d'identité fondées sur le caractère remarquable des paysages, façonnés au fil des siècles par la nature et les habitants qui s'y sont succédés. Tous ces territoires proposent un tourisme subtilement adapté à leurs caractéristiques patrimoniales, loin de toute standardisation, et ont, à terme, vocation à obtenir le label Grand Site de France. Le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer a attribué ce label à 14 d'entre eux, pour l'excellence de leur projet de territoire, conciliant préservation des sites classés patrimoniaux et qualité de l'accueil, dans le respect de l'esprit des lieux. Les collectivités locales, engagées dans la démarche Grand Site de France, doivent être saluées pour leur engagement exemplaire, gage d'une expérience de qualité pour les visiteurs, et d'un développement respectueux et pérenne au bénéfice des habitants et de leur environnement.

Pastèle Soleille

*Sous-directrice de la Qualité du cadre de vie  
Ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer*

# Introduction

Ce recueil de bonnes pratiques du tourisme durable s'adresse à tous les acteurs du tourisme, publics et privés, ainsi qu'aux élus et aux responsables locaux qui œuvrent pour des territoires vivants et accueillants.

Il présente des expériences concrètes, conçues et mises en œuvre par leurs pairs, dans des Grands Sites de France, espaces de forte valeur paysagère et patrimoniale, qui bénéficient d'une notoriété touristique importante : la Baie de Somme, le Marais poitevin, la Dune du Pilat, Sainte-Victoire, les Gorges du Gardon et bien d'autres encore. Autant de lieux "qui résonnent" et qui font image pour tout un chacun.

Ce guide intéressera tous les territoires ruraux, littoraux ou de montagne qui, s'ils n'ont pas la reconnaissance des Grands Sites de France, disposent d'un caractère singulier et d'atouts patrimoniaux facteurs d'attractivité. Pour nombre de territoires, le paysage et le patrimoine (au sens large) constituent la base d'une offre touristique. Ils souhaitent développer un tourisme durable, adapté à leur potentiel.

L'allongement de la saison et de la durée du séjour, les relations élus/acteurs du tourisme, la fédération des acteurs, la mobilisation des habitants, la qualité des prestations, l'emploi et la promotion des savoir-faire locaux : les questions que se posent les Grands Sites de France en matière de tourisme sont communes à bien d'autres territoires.

Mais elles sont amplifiées du fait :

- de la sensibilité de leur patrimoine, base de leur attractivité touristique,
- des pressions touristiques importantes qu'ils connaissent,
- de l'ancienneté du tourisme qui s'y est développée depuis plus d'un siècle, et donc, parfois de l'obsolescence des aménagements.

Ces éléments ont conduit les Grands Sites de France à se réinventer, à repenser leur positionnement en phase avec les valeurs contemporaines et les aspirations de publics de plus en plus urbains, attirés par des territoires de valeurs et à se questionner sur la place du tourisme dans l'économie locale.

Ce guide pratique prolonge la réflexion collective entamée en 2013 avec les Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands Sites ?" et poursuivie en 2014 par le RGSF avec des Rencontres sur le thème de "L'expérience Grand Site de France" et la publication d'un document cadre sur le tourisme dans les Grands Sites de France.

Cette réflexion, partagée et mise en œuvre concrètement dans chaque site, se fonde sur l'idée fondamentale que **c'est la qualité de l'espace et des paysages, de leur mode de gestion et de leur mise en valeur qui constitue à la fois :**

- **l'atout concurrentiel majeur pour les Grands Sites.** En conséquence, les projets développés dans le territoire doivent non seulement exprimer les qualités et la singularité du site, mais contribuer à sa pérennité dans le temps et l'enrichir.
- **la source de l'expérience que les Grands Sites veulent proposer à leurs visiteurs.** L'émotion vient alors d'une expérience globale et cohérente (esthétique, évasion, découverte, partage) porteuse de valeurs propres aux Grands Sites.

# Quel tourisme dans les Grands Sites de France?

## TOURISME : L'APPROCHE DES GRANDS SITES DE FRANCE

- **Expliciter ensemble les valeurs** qu'ils peuvent partager pour le territoire, de façon à permettre l'alignement des valeurs entre tous les acteurs du territoire concourant à la protection et au tourisme (publics, privés, habitants)
- **Favoriser l'expérience globale du visiteur** durant tout son séjour : l'image, le paysage, la visite, le séjour, l'hébergement, les activités, les occasions de rencontres, la convivialité, le souvenir à acheter... car tout concourt à l'expérience du visiteur
- **S'adresser à chaque visiteur comme à une personne** et non un élément d'une masse, et lui donner la chance d'accéder aux valeurs du site, en veillant à ce que l'émotion puisse apparaître
- **Favoriser le séjour** et non la visite flash : meilleur pour la dépense par visiteur et pour la vitalité économique du territoire, meilleur pour l'expérience du visiteur dans un territoire de haute qualité paysagère, patrimoniale et d'accueil
- **Privilégier le hors saison** : élargir la saison est un enjeu économique majeur pour les professionnels du tourisme, qui permet de réduire la concentration sur des lieux fragiles engorgés, réduire la taille des aménagements, assurer une meilleure expérience au visiteur
- **Ne pas rechercher l'accroissement du nombre absolu de visiteurs** pour une bonne efficacité économique pour le territoire, mais l'accroissement de la durée des séjours, une meilleure répartition sur l'année, un accroissement de la dépense par visiteur en produits et services locaux

Source : Document-cadre du RGSF "Grands Sites de France et Tourisme", 2014

## L'EXPÉRIENCE VISITEUR DANS LES GRANDS SITES DE FRANCE

- Un territoire associant intimement patrimoine naturel et patrimoine culturel et dont le paysage constitue le cœur
- Une expérience de séjour singulière et unique, orientée sur la découverte en profondeur de la richesse du territoire : les grands paysages, la nature, l'histoire humaine...
- Un accueil dans un territoire vivant et habité
- Une immersion dans un paysage remarquable où les aménagements sont légers et peu impactants
- Un séjour qui fait sens, dont on ressort transformé et ressource
- Une offre de qualité, diversifiée, en accord avec les valeurs du Grand Site, portées par des prestataires engagés dans une pratique d'activités respectueuses des lieux
- Des modes de déplacement doux qui constituent une expérience de visite à part entière : à pied, à vélo, en barque, en bateau, à cheval...
- Des clés de découverte variées et pour tous : animations, événements, visites guidées, rencontre avec des "passeurs" (habitants, guides)
- Un visiteur informé, acteur de la protection du site et de la vie locale : consommation locale et responsable, participation à des chantiers bénévoles ou observations de terrain...

Source : Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands Sites ?", 2013

# Méthodologie

## Comité de pilotage

Réalisée par le RGSF, cette étude s'appuie sur :

- Un recensement des actions liées au tourisme sur les Grands Sites
- Des interviews auprès des acteurs des sites, réalisées par Luc Blanchard, journaliste pour Mairie-conseils, Caisse des Dépôts

Elle a été conduite dans le cadre d'un Comité de pilotage composé de :

- Fabienne Gensollen, Direction Générale des Entreprises, sous-direction du Tourisme, ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique
- Marielle Mallet, Direccte Aquitaine
- Catherine Korenbaum, Mairie-conseils, Caisse des Dépôts
- Nathalie Vicq-Thépot et Isabelle Poulet, ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer
- Clotilde Delforge, Grand Site de la Vallée du Salagou et du Cirque de Mourèze
- Jean-Marie Petit, expert auprès du RGSF
- Anne Vourc'h, Lydiane Esteve, Soline Archambault et Florie Richard, Réseau des Grands Sites de France

## Mode d'emploi

- 20 fiches consultables en ligne
- Une expérience concrète par fiche
- Des références complémentaires pour en savoir plus
- Des contacts pour aller plus loin
- Une recherche possible par mots-clés
- Accès direct à chaque fiche depuis le sommaire
- Téléchargement possible du document complet

## Documents de référence

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France
  - *"Du sens au sens : Vivre et faire vivre l'expérience Grand Site de France"*, 2014
  - *"Quel tourisme dans les Grands Sites ?"*, 2013
  - *"Place et organisation des activités commerciales dans les Grands Sites"*, 2011
  - *"L'écomobilité dans les Grands Sites"*, 2010
- Documents-cadre du Réseau des Grands Sites de France
  - *"Grands Sites de France et tourisme"*, 2014
  - *"Valeurs communes des Grands Sites de France"*, 2014
- Autres
  - *"Tourisme à la campagne et innovation"*, Atout France, 2015
  - *"Destination Campagnes, État des lieux et évaluation des attentes des clientèles potentielles"*, DATAR, 2013
  - *Revue Espaces*

# Sommaire

<b>MOTS CLÉS</b> .....	P. 8
<b>ORGANISATION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE ET GOUVERNANCE</b>	
• Fiche n°1 - Repositionnement de la destination touristique de l'Estuaire de la Charente - Arsenal de Rochefort .....	P. 9
• Fiche n°2 - Grand Site de France Marais poitevin : de la simple visite au séjour .....	P. 11
<b>CRÉATION D'UNE DESTINATION INTÉGRANT LES VALEURS DU GRAND SITE</b>	
• Fiche n°3 - Un Grand Site de France devient une destination d'écotourisme : le Massif du Canigó .....	P. 13
<b>CONSTRUCTION D'UNE OFFRE DE QUALITÉ</b>	
• Fiche n°4 - Une démarche qualité pour la découverte du Grand Site de France Marais poitevin .....	P. 15
<b>PARTAGE DES VALEURS DU GRAND SITE AVEC LES PARTENAIRES TOURISTIQUES</b>	
• Fiche n°5 - Les Rendez-vous du Cirque de Navacelles pour les professionnels du tourisme .....	P. 17
<b>RENFORCEMENT DE LA QUALITÉ PAYSAGÈRE EN LIEN AVEC LE PROJET TOURISTIQUE ET LES ACTEURS ASSOCIÉS</b>	
• Fiche n°6 - Une signalétique harmonisée dans la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze .....	P. 19
• Fiche n°7 - Accueil des camping-cars dans la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze .....	P. 21
<b>MAÎTRISE DES IMPACTS DE LA FRÉQUENTATION</b>	
• Fiche n°8 - La charte des manifestations sur le Grand Site de France Sainte-Victoire : une gouvernance qui a fait ses preuves .....	P. 23
<b>CONSTRUCTION D'UNE OFFRE D'ACCÈS ET DE DÉCOUVERTE DU GRAND SITE SANS VOITURE</b>	
• Fiche n°9 - L'écomobilité au cœur de la destination touristique du Grand Site de France Baie de Somme .....	P. 25
• Fiche n°10 - Les "Escapades nature sans voiture" dans les Grands Sites comme outil de la transition touristique .....	P. 27
<b>ACCESSIBILITÉ POUR TOUS</b>	
• Fiche n°11 - Sur le Grand Site de France Solutré Pouilly Vergisson, un accueil adapté aux différentes formes de handicap .....	P. 29
<b>SOUTIEN AUX PORTEURS DE PROJETS ÉCORESPONSABLES</b>	
• Fiche n°12 - Accompagnement des hébergeurs sur le Grand Site de France Puy Mary-Volcan du Cantal .....	P. 31
<b>OFFRE LOCALE DE SERVICES ET PRODUITS DU TERROIR</b>	
• Fiche n°13 - Un point de vente collectif pour les producteurs du Grand Site de France Aven d'Orgnac .....	P. 33
• Fiche n°14 - Une démarche de valorisation des produits locaux par l'Office de tourisme intercommunal du Grand Site de France Saint-Guilhem-le-Désert - Gorges de l'Hérault .....	P. 35
• Fiche n°15 - Une offre de restauration concertée pour les randonneurs du Grand Site de France Massif du Canigó .....	P. 37
<b>INTERPRÉTATION ET TRANSMISSION DES VALEURS AUPRÈS DES VISITEURS</b>	
• Fiche n°16 - Une offre touristique reflétant l'identité du Grand Site de France Bibracte-Mont Beuvray .....	P. 39
• Fiche n°17 - Sensibiliser au patrimoine naturel et culturel dans les Gorges du Gardon .....	P. 41
• Fiche n°18 - Les enfants ambassadeurs de la Dune du Pilat .....	P. 43
<b>COMMUNICATION ET INFORMATION DES VISITEURS</b>	
• Fiche n°19 - Une promotion mutualisée du territoire pour le Grand Site de France Bibracte-Mont Beuvray .....	P. 45
• Fiche n°20 - La carte patrimoniale et touristique du Cirque de Navacelles .....	P. 47

# Mots clés

<b>Accueil des visiteurs</b> Fiches n°4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 11 / 14 / 16 / 17 / 18	<b>Handicap</b> Fiches n°1 / 11 / 17
<b>ADT / ADRT</b> Fiches n°2 / 3 / 9 / 19	<b>Hébergement écoresponsable</b> Fiches n°2 / 12 / 15
<b>Ambassadeurs du patrimoine</b> Fiches n°1 / 4 / 5 / 8 / 9 / 12 / 17 / 18	<b>Interprétation du patrimoine</b> Fiches n°4 / 5 / 11 / 16 / 17 / 18
<b>Activités de pleine nature</b> Fiches n°2 / 3 / 4 / 8	<b>Label tourisme et handicap</b> Fiches n°11 / 16
<b>Boutique</b> Fiches n°13 / 14 / 16	<b>Label qualité tourisme</b> Fiche n°4
<b>Camping-car</b> Fiche n°7	<b>Office du tourisme</b> Fiches n°1 / 3 / 5 / 9 / 14 / 17 / 19
<b>CRT</b> Fiches n°2 / 19	<b>Partenariat avec les acteurs privés du tourisme</b> Fiches n°1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 11 / 12 / 13 / 15 / 19 / 20
<b>Concertation</b> Fiches n°1 / 2 / 3 / 5 / 7 / 8 / 9 / 15 / 19	<b>Préservation du paysage</b> Fiches n°2 / 4 / 6 / 7 / 8 / 9
<b>Destination</b> Fiches n°1 / 2 / 3 / 9	<b>Produits du terroir</b> Fiches n°2 / 13 / 14 / 15 / 20
<b>Dessaisonalisation</b> Fiches n°2 / 3 / 9 / 12	<b>Promotion touristique</b> Fiches n°1 / 2 / 3 / 17 / 19
<b>Ecomobilité et intermodalité</b> Fiches n°2 / 9 / 10	<b>Qualité (démarche)</b> Fiches n°2 / 13 / 14 / 15
<b>Education à l'environnement et au développement durable</b> Fiche n°17	<b>Restauration</b> Fiches n°12 / 15 / 16
<b>Événement durable (manifestation)</b> Fiche n°8	<b>Signalétique</b> - Fiches n°1 / 2 / 6 / 12
<b>Formation des socioprofessionnels</b> Fiches n°1 / 4 / 5 / 9 / 17	<b>Tourisme de nature</b> Fiches n°1 / 2 / 3 / 5 / 8 / 9 / 10 / 17
<b>Fréquentation (gestion)</b> Fiches n°2 / 3 / 7 / 8 / 9 / 10 / 20	<b>Valeurs du site</b> Fiches n°1 / 3 / 5 / 8 / 12 / 13 / 14 / 15 / 16 / 17 / 18 / 20
<b>Gouvernance locale</b> Fiches n°1 / 2 / 3 / 7 / 8 / 16 / 19 / 20	<b>Vélo (plan)</b> Fiches n°2 / 9 / 10

# Repositionnement de la destination touristique de l'Estuaire de la Charente - Arsenal de Rochefort

*Un paysage de terre, d'eau douce et salée, traversé par un grand fleuve ; des marais ouvrant sur l'océan et les îles ; le siège de l'arsenal royal bâti par Colbert au XVII<sup>e</sup> siècle sur ce vaste site naturellement protégé.*



Grand Site de France en projet

Département : Charente-Maritime

Gestionnaire : Communauté d'Agglomération Rochefort Océan

Fréquentation annuelle :  
1 million de visiteurs

Superficie : 15 communes,  
25 000 ha terrestre et 10 ha sur  
le domaine public maritime  
dont 17 000 ha en site classé.

Mesures de protection et  
de gestion : Site classé loi de 1930,  
Natura 2000, loi littoral...

Le vaste classement de l'Estuaire en 2013 à la demande des élus locaux et l'entrée dans la démarche Grand Site a marqué un tournant dans le projet de territoire porté par l'Agglomération Rochefort Océan, en lien étroit avec l'office du tourisme communautaire. Il a amené le Grand Site Estuaire de la Charente - Arsenal de Rochefort à requestionner le positionnement de la destination "Rochefort Océan, le pays de Fort Boyard", en référence à l'émission de TV, célèbre non seulement en France mais aussi à l'étranger. Un peu en retrait par rapport aux grands pôles touristiques à forte notoriété que sont La Rochelle, l'île d'Oléron, Royan, ou bien encore l'île de Ré... La destination voit dans la démarche Grand Site la base de sa refondation. L'espace formé par l'Estuaire de la Charente constitue un véritable havre où l'esprit Grand Site est présent partout, il s'agit de le faire vivre et le faire savoir.



Carrelets devant Fouras-les-Bains

## La gouvernance du territoire

A l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, les nouveaux défis auxquels sont confrontés les offices du tourisme et les syndicats d'initiative du Pays rochefortais les conduisent à **unir leurs forces**. Dès 2005, un **Office de tourisme communautaire** est créé, sous la forme d'un EPIC. La **Communauté d'Agglomération prend la compétence tourisme**, culture et patrimoine ainsi que, quelques années plus tard, le portage du projet Grand Site. L'Office de tourisme communautaire se charge, pour sa part, de l'accueil, l'information, la promotion, la commercialisation des produits touristiques, et contribue de fait à la communication du Grand Site. Dix ans avant la loi NOTRe qui préconise le transfert de la compétence tourisme à l'échelle intercommunale, les élus charentais-maritime expérimentent déjà ce qui, aujourd'hui, s'impose à tous. Cette organisation touristique est en parfaite cohérence avec la gouvernance du projet

Grand Site géré par la Communauté d'Agglomération.

*"En ce qui concerne le projet Grand Site, précise Samuel Courtois, adjoint au directeur de la Direction Développement Projets de la Communauté d'Agglomération de Rochefort Océan, un "Parlement du Grand Site" a été mis en place. Au moins une fois par an, les partenaires du projet se retrouvent : la Région, le Département, les chambres consulaires mais aussi les représentants des filières professionnelles, la Ligue de la Protection des Oiseaux, le Conservatoire du littoral... et bien sûr l'Office de tourisme communautaire. Si le Parlement a pour vocation l'échange, le Comité de pilotage qui rassemble l'Etat, la Communauté d'Agglomération ainsi que les communes des rives de la Charente, les techniciens de la Communauté d'Agglomération fonctionnent quant à eux sous forme de groupe de projet".*

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Structure un mode de gouvernance associant structures publiques et acteurs privés
- Construit la destination en cohérence avec les atouts et les valeurs du Grand Site
- Fédère les acteurs et prestataires du territoire autour du Grand Site
- Donne plus de sens et de singularité à l'offre touristique

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Un territoire associant intimement patrimoine naturel et patrimoine culturel à l'échelle du grand paysage
- Une offre complète orientée sur la découverte de la richesse du territoire

### EN SAVOIR PLUS

[www.rochefort-ocean.com](http://www.rochefort-ocean.com)

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands Sites ?", 2013
- Rubrique "Développement économique et social" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- [www.rochefort-ocean.com/decouvrir/nature-et-paysages/estuaire-de-la-charente](http://www.rochefort-ocean.com/decouvrir/nature-et-paysages/estuaire-de-la-charente)
- [www.rochefort-ocean.com/rochefort-ocean/principales-infos-pratiques/se-deplacer-sans-voiture/escapade-nature-sans-voiture](http://www.rochefort-ocean.com/rochefort-ocean/principales-infos-pratiques/se-deplacer-sans-voiture/escapade-nature-sans-voiture)

**CONTACT :** Samuel Courtois  
05 46 82 17 80 ou [s.courtois@agglo-rochefortocean.fr](mailto:s.courtois@agglo-rochefortocean.fr)

### AUTRE EXEMPLE DANS LES GRANDS SITES

- Un Office de Tourisme Intercommunal intégré au projet Grand Site de France Saint-Guilhem-le-Désert - Gorges de l'Hérault  
[www.saintguilhem-valleeherault.fr](http://www.saintguilhem-valleeherault.fr)

## L'empreinte des Grands Sites

"Cette organisation est cohérente avec la configuration de notre Grand Site" commente Hervé Bierjon, directeur de l'Office de tourisme communautaire. Nous sommes à la fois un territoire urbain et rural, patrimonial et naturel, maritime, balnéaire, thermal... Il importe de valoriser toutes ces facettes". Le territoire de l'agglomération Rochefort Océan comprend 25 communes et 63 000 habitants, il est plus vaste que le Grand Site, qui regroupe 15 communes, mais **un même esprit prévaut partout**. Si plus d'un million de visiteurs arpentent chaque année ce territoire, c'est pour y trouver un art de vivre, une convivialité, un

accueil, une simplicité constamment mis en avant.

"Le territoire n'est pas positionné sur la cible 18 – 25 ans, explique Samuel Courtois, on ne fait pas de jet-ski en bord de mer ni de quad dans les marais. Le tourisme est familial. Nos visiteurs sont sensibles au développement durable, désireux de s'immerger au cœur d'un territoire et de ses habitants". C'est aussi pour rencontrer des hommes au travail, sur le chantier de l'Hermione<sup>1</sup> ou dans les parcs ostréicoles, que les visiteurs viennent nombreux. L'estampille Grand Site sert de repère, il confirme le caractère exceptionnel du lieu.

## Une stratégie de territoire sur le long terme

Comment intégrer les valeurs du Grand Site et s'appuyer dessus pour le positionnement touristique du territoire ? Aujourd'hui cette réflexion est faite au sein de l'Office de tourisme communal (direction et élus) et avec l'agglomération. Ce repositionnement est conduit en association avec les acteurs touristiques. A moyen terme ces éléments devraient transparaître sur le territoire dans les documents édités, dans les Offices de tourisme, etc. Deux difficultés sont à prendre en compte lorsque l'on construit une offre touristique orientée sur le développement durable. Le facteur temps, tout d'abord, car mettre en place des éco-labels, favoriser les déplacements en vélo, assurer l'accessibilité pour les publics handicapés... demandent un investissement de long terme. Les entreprises, confrontées aux difficultés du quotidien, attendent des résultats immédiats et il est parfois problématique de les garder mobilisées. L'autre difficulté, également liée aux prestataires, est de leur fournir un **accompagnement spécifique** afin qu'ils deviennent les **ambassadeurs du Grand Site** auprès de leurs visiteurs. Ils sont sensibilisés au développement durable mais bien souvent ne savent pas comment le faire savoir ni comment le relier au Grand Site.

Afin de les aider à positionner leurs offres dans "l'Esprit Grand Site", l'agglomération et l'Office de tourisme communautaire s'attachent à maintenir une dynamique en organisant des **temps d'échanges** et de découvertes, des **visites de terrain** pour les professionnels du tourisme avec des guides naturalistes par exemple, ou encore en **travaillant ensemble** non seulement sur des produits mais aussi sur des expériences à offrir et sur les modes de transmission adaptés, permettant de **s'extraire d'une vision banalisée** ou didactique du territoire. Ces actions visent à partager les valeurs du Grand Site avec les professionnels privés et à ce qu'ils en soient de véritables ambassadeurs.

### Mots clés

Ambassadeurs du patrimoine, Concertation, Destination, Formation des socioprofessionnels, Handicap, Office du tourisme, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Promotion touristique, Signalétique, Tourisme de nature, Valeurs du site

<sup>1</sup> L'Hermione est une frégate connue pour avoir conduit pour sa deuxième traversée le marquis de La Fayette aux États-Unis en 1780. Une réplique de l'Hermione a été construite à Rochefort à partir de 1997.

# Grand Site de France

## Marais poitevin :

### de la simple visite au séjour

*Le Marais mouillé présente un paysage vivant, pittoresque et encore inondable. Façonnés par l'homme, chemins d'eau, lignes d'arbres et prairies forment une véritable cathédrale de verdure.*



Labellisé Grand Site de France en 2010

Départements : Deux-Sèvres, Vendée et Charente-Maritime

Gestionnaire :  
Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional du Marais poitevin

Fréquentation annuelle :  
500 000 visiteurs dans le Grand Site de France (étude Protourisme 2013)

Superficie : 24 communes,  
49 060 ha dont 18 620 ha en site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, site inscrit, Monument Historique, Parc Naturel Régional, Natura 2000, arrêtés de protection de biotope

Le marais poitevin est connu pour sa Venise verte, un extraordinaire enchevêtrement de canaux qui structurent un paysage intimiste, protégé et labellisé Grand Site de France en 2010. L'action publique a visé la réhabilitation et la mise en valeur du paysage, mais aussi la réorientation de son destin touristique. En vingt ans, ce lieu a réalisé une mue impressionnante : le tourisme de courtes visites a cédé la place à un tourisme de séjours. Et, longtemps très concentré dans quelques lieux seulement, le tourisme se diffuse aujourd'hui sur tout le territoire.



Immersion dans le Marais poitevin

### Élargir l'offre pour allonger les séjours

Jusque dans les années 1990, l'essentiel des visiteurs du Marais poitevin étaient des excursionnistes en voiture à qui n'était offert qu'un mono-produit : la traditionnelle promenade en barque. Si des efforts importants ont été faits pour enrichir et qualifier la visite en barque, l'objectif était aussi de **transformer ces visiteurs de quelques heures en séjournants**. La beauté du territoire préservé, son peu de relief et la diversité des micro-paysages lui donnent un formidable atout pour le développement du vélo.

A partir des années 1990, un **plan vélo** est mis en place par les trois départements concernés, offrant aujourd'hui un maillage étendu de plus de **800 kilomètres de pistes**, dont 400 dans le Grand Site de France. L'activité de location de vélos et de services associés s'est développée. "Le vélo, c'est une nouvelle façon de prendre des vacances, constate Stéphane Villain, vice-président du Parc Naturel Régional (PNR) du Marais poitevin en charge du tourisme. Les touristes à vélo prennent leur temps et s'attachent à notre territoire. Grâce à eux, mais aussi aux randonneurs, aux cavaliers... le tissu local a été vivifié. On réalise maintenant que le tourisme durable est un puissant vecteur de développement."

Ce plan de développement du tourisme à vélo est également passé par une

**politique de soutien à la réhabilitation des hébergements** diffus dans le Marais et de **création de nouveaux établissements de qualité**, intégrés, bien répartis dans le territoire (47 000 lits dans le PNR du Marais poitevin sur un vaste territoire rayonnant de Niort à la façade littorale, dont 5 000 lits dans le Grand Site de France).

L'effet se fait sentir non seulement sur tout le Grand Site, cœur touristique du territoire, mais aussi au delà car, avec le vélo, la fréquentation diffuse sur tout le Parc, soulageant les zones les plus fréquentées au profit de villages du Marais où l'activité touristique était jusqu'alors quasi nulle.

Résultat, pari gagné : **en 1990, 80% des visiteurs restaient ½ journée** sur place pour un tour de barque principalement sur une seule commune, **aujourd'hui**, un touriste sur deux du Marais poitevin est en séjour, et passe **en moyenne 11 nuitées sur place** dans des hébergements répartis sur différentes communes du Marais.

La vitalité du territoire et le développement local s'en ressentent, **la qualité de vie aussi** : pas uniquement pensé dans un objectif touristique, le plan vélo a pu ainsi bénéficier aux habitants permanents pour leurs propres déplacements et leurs loisirs.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Equilibre mieux la fréquentation à l'échelle du site et évite l'hyper concentration dans des zones fragiles
- Accroît la durée des séjours et génère des retombées locales
- Réduit la place de la voiture en espace naturel et incite aux déplacements doux
- Met en valeur et fait connaître un patrimoine remarquable
- Fait émerger une image de destination touristique en phase avec la valeur et la fragilité du site
- Fédère les acteurs au delà des limites administratives et réduit les clivages

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Une expérience de séjour différente, où l'on peut vivre sans voiture, prendre son temps au rythme de l'eau et des chemins
- L'immersion dans un paysage remarquable avec des aménagements très légers et peu impactants
- Des services cohérents pour le séjour à vélo et une information touristique à la bonne échelle

### EN SAVOIR PLUS

[www.pnr-marais-poitevin.fr](http://www.pnr-marais-poitevin.fr)

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands Sites?", 2013
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Place et organisation des activités commerciales dans les Grands Sites", 2011
- Rubriques "Ecomobilité", "Tourisme durable" et "Développement économique et social" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- Etude du RGSF et Réseau Rural français "Ecomobilité touristique et de loisirs vers les espaces ruraux", 2011
- Revue Espaces Naturels n°39 "L'écomobilité au profit de la nature?", 2012
- Cahier de recommandation pour la réalisation des aménagements cyclables dans les espaces protégés (ministère de l'Environnement), 2011

### CONTACTS :

Sandrine Guihéneuf

05 49 35 15 20 ou [s.guiheneuf@parc-marais-poitevin.fr](mailto:s.guiheneuf@parc-marais-poitevin.fr)

Stéphane Villain

05 49 35 15 20 ou [correspondance@parc-marais-poitevin.fr](mailto:correspondance@parc-marais-poitevin.fr)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°9 - L'écomobilité au cœur de la destination touristique du Grand Site de France Baie de Somme
- Fiche n°10 - Les "Escapades nature sans voiture" dans les Grands Sites comme outil de la transition touristique
- Explorer les Grands Sites sans voiture : [www.escapadenature-sansvoiture.fr](http://www.escapadenature-sansvoiture.fr)

### Mots clés

ADT / ADRT, Activités de pleine nature, CRT, Concertation, Destination, Dessaisonnalisation, Ecomobilité et intermodalité, Fréquentation (gestion), Gouvernance locale, Hébergement écoresponsable, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Préservation du paysage, Produits du terroir, Promotion touristique, Qualité (démarche), Signalétique, Tourisme de nature, Vélo (plan)

## Des aménagements cyclables intégrés et en résonance avec l'esprit du lieu :

Les pistes sont très bien fléchées ; les circuits ont été conçus pour emprunter le plus possible des chemins existants. La création ponctuelle de passerelles de franchissement des canaux assure la **continuité des circuits systématiquement connectés aux villages** ou aux points de stationnement. Ceci n'est possible que parce que le Parc travaille de façon étroite avec les acteurs locaux, et notamment les services de l'Etat, garants de la protection du site classé et des sites Natura

2000. Un grand soin est apporté à la conception et à la réalisation de ce réseau (choix du tracé, conception des pistes, matériaux, signalétique...) pour en garantir **l'intégration paysagère** et en **minimiser l'impact écologique**. "C'est la richesse paysagère et écologique du Marais, et sa diversité qui fait la force de notre territoire, constate Stéphane Villain, vice-président du PNR en charge du tourisme. *Tous nos partenaires en ont aujourd'hui conscience*".

## Le tourisme, vecteur de développement durable

"Nous sommes dans un site protégé à fortes valeurs : paysagères, environnementales, sociales, économiques, explique Sandrine Guihéneuf, responsable du Grand Site au sein du PNR du Marais poitevin. Les acteurs locaux ont compris que **l'économie locale repose sur la qualité du patrimoine**, et qu'il est nécessaire d'œuvrer pour sa préservation, son évolution qualitative et son partage." Les visiteurs comme les habitants apprécient le cadre paysager, naturel, bâti qu'offre le Marais poitevin. Avec l'agriculture, le tourisme est désormais l'une des principales activités économiques. C'est ainsi

que des maisons à l'abandon ont été réinvesties dans les villages pour faire des **chambres d'hôtes** et que de **nouveaux métiers, liés au tourisme et à la médiation**, ont émergé. **Les filières courtes** sont également privilégiées afin d'ancrer les activités dans leur terroir, à l'image des producteurs des "Saveurs des marais" qui occupent une ancienne laiterie réhabilitée en pôle de produits locaux. **Des emplois d'agents de marais en insertion** ont également été créés pour l'entretien mutualisé du paysage et des pistes cyclables.

## Valoriser les démarches collectives

Le succès de cette révolution douce du tourisme dans le Marais est d'abord le résultat d'un travail en partenariat coordonné par le Parc. D'abord, **aborder les projets de façon globale** : préservation, aménagements, gestion, usages, stratégie de tourisme durable et promotion concertée... Ensuite, **fédérer une multitude d'acteurs autour du projet** et tout particulièrement les acteurs de la protection et du tourisme. Enfin, le faire **à bonne échelle**, un défi dans ce territoire à cheval entre 2 régions, 3 agences de développement touristique, 10

offices de tourisme et 2 syndicats d'initiative, qui, aujourd'hui, travaillent ensemble à la promotion de la destination. Les cinq offices du tourisme (OT) des Deux-Sèvres se sont même regroupés en un seul OT. Ce regroupement a permis de **gagner en cohérence et en visibilité**, de doter les offices d'une charte graphique commune, de mutualiser les actions de communication en direction de la presse et du grand public... Des démarches similaires sont en cours en Charente-Maritime et en Vendée.

## Une destination touristique européenne d'excellence

Pour l'ensemble de cette politique, le Grand Site du Marais poitevin a été lauréat en 2010 du **Prix EDEN**, créé en 1987 par la Commission Européenne pour encourager les modèles de développement d'un tourisme durable à travers l'Europe.

Aujourd'hui, le Marais poitevin travaille à renforcer la présence des touristes étrangers en valorisant son image de **véritable destination éco-touristique**.

# Un Grand Site de France devient une destination d'écotourisme : le Massif du Canigó

*Cette haute montagne méditerranéenne située à 45km de la mer et dont le sommet culmine à 2 785m, est dominée par la forêt et l'élevage. Emblème de la catalanité, ce fut aussi un lieu important d'extraction du fer dans un passé récent.*



Labellisé Grand Site de France en 2012

Département : Pyrénées-Orientales

Gestionnaire : Syndicat Mixte Canigó Grand Site associant le Département, les communes et l'ONF

Fréquentation annuelle : 400 000 visiteurs

Superficie : 64 communes dont 39 labellisées Grand Site de France et 23 212 hectares en site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000, réserves naturelles et partiellement Parc Naturel Régional Pyrénées catalanes

Les Pyrénées-Orientales proposent traditionnellement deux destinations touristiques, la mer et la montagne pour le ski, mais dans l'arrière-pays une destination gagne de nouvelles lettres de noblesse : le Canigó. Après sa labellisation Grand Site de France en 2012 un projet a été élaboré par le Syndicat Mixte Canigó Grand Site et les professionnels du tourisme : faire de la montagne sacrée des Catalans **une destination écotouristique, centrée sur les itinérances.**



Massif du Canigó vu depuis son piémont à Ille-sur-Têt

## De la réhabilitation environnementale à la structuration d'une destination

Premier promontoire des Pyrénées, à égale distance de Toulouse, Barcelone et Montpellier, le pic du Canigó est depuis toujours un haut-lieu touristique et un emblème pour dix millions de Catalans. Malheureusement, au fil des années, l'esprit du lieu est terni par l'afflux de véhicules en cœur de massif et des projets de routes d'altitude sensés le traverser. En 2000, le Syndicat Mixte Canigó Grand Site entreprend de réguler le flot de véhicules en **limitant l'accès motorisé au massif**. Un **réseau de 750 km de sentiers**, les "tours" et "boucles" du Canigó reliant les villages de piémonts, est balisé. Il faudra **douze années de traitement "curatif"** pour lui redonner son éclat. La labellisation Grand Site de France en 2012 consacre les efforts des collectivités. Une fois cette reconnaissance acquise, le Syndicat

Mixte entreprend de faire émerger une destination dédiée aux activités de pleine nature associant, au-delà du pic, le piémont et les balcons qui offrent les plus beaux points de vue sur la montagne. Cette démarche s'appuie sur l'atout que représente ce paysage de montagne de climat méditerranéen permettant d'élargir la saison hors de l'été. Une **vaste concertation territoriale** est organisée avec les socio-professionnels du Canigó ainsi que les structures associatives. "Quand le cadre de référence a été validé nous avons élaboré une feuille de route, point par point, explique Florian Chardon, directeur du Syndicat Mixte. Il s'agissait de mettre en place une méthodologie de travail pour un projet opérationnel, construit collectivement".

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux du gestionnaire du Grand Site

- Bâtit une destination écotouristique s'appuyant sur la valeur du lieu et compatible avec sa fragilité
- Travaille à la désaisonnalisation
- Fait rayonner le Grand Site de France sur tout un vaste territoire au delà du cœur emblématique
- Mobilise les professionnels autour d'un projet partagé de développement durable local

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Un territoire préservé et géré
- Une offre structurée d'itinérance en phase avec une demande identifiée en Europe
- La rencontre entre un territoire et ses habitants
- Un territoire en adéquation avec l'image promue

### EN SAVOIR PLUS

[www.canigo-grandsite.fr](http://www.canigo-grandsite.fr)

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Place et l'organisation des activités commerciales dans les Grands Sites", 2011
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Valeurs universelles, valeurs locales : pour qui et pour quoi un site est-il grand ?" (Co-éditeur ICOMOS), 2009
- Rubriques "Tourisme durable" et "Développement économique et social" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Florian Chardon  
04 68 96 45 86 ou [contact@canigo-grandsite.fr](mailto:contact@canigo-grandsite.fr)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°1 - Repositionnement de la destination touristique de l'Estuaire de la Charente - Arsenal de Rochefort
- Fiche n°2 - Grand Site de France Marais poitevin : de la simple visite au séjour
- Fiche n°9 - L'écocompatibilité au cœur de la destination touristique du Grand Site de France Baie de Somme

## Des schémas opérationnels

Trois schémas sont arrêtés en 2014. Le premier concerne les **activités de pleine nature** qui, sur le Canigó, représentent un important potentiel. **L'offre existait, il fallait la coordonner et la mettre en réseau** pour que le Canigó devienne une destination écotouristique structurée autour de toutes les formes d'itinérances, hors motorisation, qu'il a choisi d'être. Le second, dit **schéma d'interprétation du patrimoine**, vise à rendre lisible l'offre patrimoniale. Jusque-là quelques sites tiraient leur épingle du jeu : le pic, le village d'Eus, l'abbaye de Saint-Martin du Canigó... mais sans effet de renvoi d'un site à l'autre, ni de dynamisation de l'économie locale. Les touristes butinaient l'offre du

territoire, ils n'y restaient pas. Il fallait **trouver le fil conducteur, créer du sens**. Ces travaux débouchent naturellement sur une **stratégie marketing** pour le territoire, avec une mise en réseau et en synergie des acteurs repérés. L'agence départementale du tourisme, les communautés de communes et la chambre de commerce contribuent fortement à ce troisième schéma. Le tout a été fait en travaillant sur l'**identité de la destination**, en reprenant les notions d'expérientiel, de partage, en résonnance avec **les valeurs communes des Grands Sites de France** telles qu'élaborées collectivement au sein du Réseau des Grands Sites de France.



Découvrir le Canigó en douceur à dos d'âne

## Un travail d'animation de terrain

Pour nourrir cet important travail de mise en cohérence, **plusieurs groupes de travail** se réunissent régulièrement. Un groupe "Offices de tourisme" qui rassemble les 17 structures à l'échelle du rayonnement du Grand Site de France ; un groupe "Gouvernance sentiers", appuyé par l'autorité organisatrice de la randonnée ; un groupe "Gardiens de refuge" et un autre qui **réunit les professionnels des activités de pleine nature**. Un important travail d'animation de terrain pour le Syndicat qui ne compte qu'une petite dizaine de salariés mais un travail indispensable qui permet à chacun de s'insérer dans un cadre cohérent. Un **chargé de mission tourisme a été recruté**

dès l'amont pour l'animation du projet, l'articulation des trois schémas et pour la structuration de l'équipe autour de la démarche touristique. En 2015, le Syndicat Mixte est lauréat de l'appel à projet **Spôtt, Structuration de Pôles Touristiques Territoriaux**, lancé par le ministère de l'Économie, avec pour objectif de devenir une destination euro-régionale d'excellence structurée autour de toutes les formes d'itinérances. Un nouveau souffle est donné aux acteurs du tourisme et, au delà, à la vie de ce territoire.

### Mots clés

ADT / ADRT, Activités de pleine nature, Concertation, Destination, Dessaisonnalisation, Fréquentation (gestion), Gouvernance locale, Office du tourisme, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Promotion touristique, Tourisme de nature, Valeurs du site

# Une démarche qualité pour la découverte du Grand Site de France Marais poitevin

*Le Marais mouillé présente un paysage vivant, pittoresque et encore inondable. Façonnés par l'homme, chemins d'eau, lignes d'arbres et prairies forment une véritable cathédrale de verdure.*



Labellisé Grand Site de France en 2010

Départements :  
Deux-Sèvres, Vendée  
et Charente-Maritime

Gestionnaire :  
Syndicat Mixte du Parc Naturel  
Régional du Marais poitevin

Fréquentation annuelle :  
500 000 visiteurs dans le Grand Site  
de France (étude Protourisme 2013)

Superficie : 24 communes,  
49 060 ha dont 18 620 ha  
en site classé

Mesures de protection et  
de gestion : Site classé loi de 1930,  
site inscrit, Monument Historique,  
Parc Naturel Régional, Natura 2000,  
arrêtés de protection de biotope

Sillonné d'une multitude de canaux bordés d'arbres, véritable cathédrale de verdure, le Grand Site de France du Marais poitevin est engagé depuis les années 1990 dans une démarche de réhabilitation paysagère et de professionnalisation des acteurs du tourisme. Ce joyau, laboratoire de développement durable, est labellisé Grand Site de France en 2010. Il représente le cœur emblématique du Parc Naturel Régional (PNR) du Marais poitevin et constitue la porte d'entrée majeure de ce vaste territoire qui englobe le marais desséché et s'ouvre sur l'océan.

Maison du Marais poitevin à Coulon



## Le choix du développement durable

Le tourisme est apparu dans le Marais mouillé dès l'après-guerre avec les premières "promenades en barque", pour un public local, dans ce paysage pittoresque d'eau et de verdure. Petit à petit, cette activité s'est organisée et la fréquentation du Marais s'est beaucoup développée. Elle s'est longtemps limitée à des visites peu qualitatives d'une demi-journée seulement, pour des passages éclairés qui apportaient peu au territoire d'un point de vue économique, et qui s'accompagnaient d'un long cortège de nuisances : sites saturés, stationnement anarchique, signalétique agressive...

"Nous avons alors pris le parti du développement durable en privilégiant la qualité", explique Sandrine Guihéneuf, en charge du Grand Site au PNR du Marais poitevin. Prolongeant les Grands

Travaux Présidentiels initiés dans les années 1990, les actions de mise en valeur du patrimoine et d'amélioration de l'accueil des visiteurs se sont élargies aux 24 communes du Grand Site de France, devenant le laboratoire de nouvelles pratiques." Un vaste programme de réhabilitation et d'entretien du paysage du Marais a été entrepris (programmes de plantations, entretien des voies d'eau, soutien à l'élevage...), de même que la requalification des petits ports qui, dans les villages, permettent d'accéder aux canaux. En parallèle, un travail de fond a été entrepris pour la formation des guides et l'accompagnement des bateliers afin que la visite en barque, si prisée du public, devienne un vrai vecteur de découverte enrichissante du Marais.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Evite la standardisation de l'offre
- Encourage les initiatives plus qualitatives et respectueuses
- Crée du lien avec les prestataires pour favoriser leur rôle de messenger vis-à-vis des valeurs du Grand Site et de la préservation du patrimoine
- Implique les acteurs économiques dans le projet Grand Site
- Fait évoluer l'initiative privée en résonance avec la démarche Grand Site de France

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Une offre de qualité et structurée
- Des prestataires formés qui permettent une découverte plus riche de sens, moins formatée, en lien avec le territoire et les valeurs du Grand Site
- Une information permettant d'orienter son choix vers des prestataires engagés dans une pratique d'activités respectueuses des lieux

### EN SAVOIR PLUS

- [www.pnr.parc-marais-poitevin.fr](http://www.pnr.parc-marais-poitevin.fr)
- Label Qualité Tourisme : [www.entreprises.gouv.fr/qualite-tourisme](http://www.entreprises.gouv.fr/qualite-tourisme)
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands Sites ?", 2013
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Place et organisation des activités commerciales dans les Grands Sites", 2011
- Rubrique "Ecomobilité" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- Etude du RGSF et Réseau Rural français "Ecomobilité touristique et de loisirs vers les espaces ruraux", 2011

**CONTACT :** Sandrine Guihéneuf  
05 49 35 15 20 ou [s.guiheneuf@parc-marais-poitevin.fr](mailto:s.guiheneuf@parc-marais-poitevin.fr)

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Ambassadeurs du patrimoine, Activités de pleine nature, Formation des socioprofessionnels, Interprétation du patrimoine, Label qualité tourisme, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Préservation du paysage

## La démarche "Qualité batellerie"



En 2004, ce travail est engagé, il n'existe pas de label national qui permette d'encadrer et de remettre à niveau les embarcadères ainsi que la qualité et l'intérêt des visites en barque. Le Grand Site expérimente et **crée sa propre démarche d'appui à la qualification et son propre label, "Qualité batellerie"**, sur la base d'un référentiel mis au point avec l'aide d'un bureau d'étude, représentant un budget de 42.000 euros environ.

**166 points de contrôle** listés et des clients mystères **testent l'offre touristique** des 19 embarcadères présents sur le site. Rien n'est laissé au hasard. De la prise de rendez-vous à la promenade sur les canaux, en passant par les documents de communication, l'audit porte sur tous les aspects de la prestation. Pour les professionnels, ce regard extérieur particulièrement affûté est une excellente chose. Grâce à lui, ils peuvent **repérer leurs points faibles et les améliorer**. Ceux qui parviennent à remplir 70% des critères, avec un minimum de 50% de réponses positives dans chaque rubrique, sont labellisés pour cinq ans. Parallèlement, le Parc met en place un **volet**

**formation pour les bateliers**, des jeunes gens pour qui il s'agit le plus souvent d'un job d'été. Deux référents pédagogiques forment sur 3 jours une centaine de bateliers chaque année. Ils leur expliquent les singularités du Marais poitevin (paysage, faune, flore, histoire et patrimoine). Ils s'assurent qu'ils sont à même de transmettre aux visiteurs l'esprit des lieux. La difficulté reste que les bateliers sont souvent des étudiants saisonniers employés pour quelques semaines seulement; difficile d'adapter la formation à une rotation si rapide. Durant la même période, **le réaménagement paysager** des ports, des quais, passerelles, cales et des embarcadères par **des restaurations de qualité et avec les matériaux locaux** a aussi participé à l'amélioration de l'accueil des visiteurs, à la mise en valeur de ce patrimoine vivant et à la prise de conscience des professionnels quant à l'importance du soin à apporter à l'environnement de leur établissement. Depuis, le bilan est très positif : de vrais progrès ont été mesurés en terme de qualité.

## L'intégration au label national "Qualité tourisme"

Cette démarche locale a désormais pour vocation à **évoluer au profit d'une dynamique nationale**. Cette action avait en effet été initiée avec les embarcadères locaux car il n'existait pas de démarche qualité au niveau national pour les promenades en barque guidée. En 2014, les critères de la démarche "Qualité Tourisme" pour les sites de visite ont été revus. Le PNR a

participé au groupe de travail et a pu intégrer à ce référentiel pour les sites de visite, les promenades en barque guidées. 12 embarcadères aujourd'hui labellisés "Qualité Marais poitevin" pourraient ainsi prétendre au label "Qualité tourisme".

# Les Rendez-vous du Cirque de Navacelles pour les professionnels du tourisme

*Un paysage de steppe aride  
très peu habité,  
entaillé dans les causses  
par le méandre asséché  
de la Vis, formant le  
spectaculaire Cirque  
de Navacelles.*



Grand Site de France en projet

Départements : Gard et Hérault

Gestionnaire : Syndicat Mixte  
du Grand Site du Cirque  
de Navacelles associant  
les Départements du Gard  
et de l'Hérault, 2 communautés  
de communes et 14 communes

Fréquentation annuelle :  
250 000 visiteurs

Superficie : 14 communes  
et 5 en partie, 46 163 ha dont  
1 274 ha en site classé  
(extension en cours à 5 257 ha)

Mesures de protection et  
de gestion : Site classé loi de 1930,  
Natura 2000, inclus dans le Bien  
Causses et Cévennes inscrit  
au titre des paysages culturels  
de l'agropastoralisme méditerranéen  
sur la Liste du patrimoine  
mondial de l'UNESCO

Au cœur d'un vaste territoire, inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2011, le Grand Site du Cirque de Navacelles a de nombreux atouts. Les prestataires touristiques en ont conscience et ne demandent pas mieux que de les valoriser. Pour répondre à leurs attentes, le Syndicat Mixte, gestionnaire du Grand Site, et ses partenaires organisent un cursus autour de **journées de rencontres, d'échanges et de formation.**



Sortie terrain pour les acteurs du Cirque de Navacelles

## A l'écoute des prestataires touristiques

En lien avec l'Entente Causses et Cévennes, qui gère le Bien UNESCO, les offices de tourisme et le Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement (CPIE), le Syndicat Mixte du Grand Site a organisé **une première rencontre** en février 2014 **autour des démarches territoriales et reconnaissance du territoire** : Natura 2000/Patrimoine mondial/ Grand Site. "Initialement, explique Caroline Salaün, directrice du Grand Site, nous souhaitions inclure les professionnels de Lodève et du Vigan, qui sont les villes importantes aux portes du Grand Site. Mais nous avons dû nous restreindre car compte tenu du succès qu'a rencontré notre initiative, nous n'avions

*pas la capacité de répondre à toutes les demandes pour cette première session".* Soixante-dix personnes, des hébergeurs pour l'essentiel, mais également des restaurateurs, des professionnels des activités de pleine nature, des agriculteurs et des artisans, se sont inscrits pour participer à la première rencontre. Les participants **ont échangé autour du thème "Quel tourisme pour le Grand Site ?"** mais également saisi l'occasion de mieux se connaître entre eux.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Créé du lien avec les prestataires pour favoriser leur rôle de messenger vis-à-vis de la politique territoriale de préservation du patrimoine (passeurs des valeurs du Grand Site)
- Encouragement des pratiques d'activités plus qualitatives et respectueuses

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Accès à une offre structurée / de qualité
- Des prestations informés / formés permettant une découverte plus riche
- Des prestataires à l'image de la promesse Grand Site
- Rôle de visiteur-acteur par des choix de prestataires engagés dans des activités plus respectueuses du site
- Donne du sens à son séjour

### EN SAVOIR PLUS

[www.cirquenavacelles.com](http://www.cirquenavacelles.com)

- Programme des journées de rencontres des professionnels du tourisme
- Programme détaillée de la journée de rencontres des professionnels du tourisme 7 avril 2014
- Programme détaillée de la journée de rencontres des professionnels du tourisme 9 octobre 2014
- Rubriques "Accueil du public" et "Tourisme durable" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Caroline Salaün  
04 99 54 27 00 ou [grandsitenavacelles@orange.fr](mailto:grandsitenavacelles@orange.fr)

### AUTRE EXEMPLE DANS LES GRANDS SITES

Le réseau des Ambassadeurs du patrimoine de la Camargue gardoise : [www.camarguegardoise.com](http://www.camarguegardoise.com)

## Deux rencontres par an

Lecture du paysage sur le Cirque de Navacelles



La rencontre inaugurale de février 2014 a permis de balayer l'ensemble des thématiques : patrimoine archéologique, géomorphologique, biodiversité, agropastoralisme... et de faire émerger un très grand nombre de questions. Par la suite, en avril 2014 puis en juin et septembre 2015, des groupes d'une trentaine de personnes ont pu **approfondir ces différents sujets, avec des intervenants qualifiés et souvent en se déplaçant sur le terrain** pour s'en imprégner davantage. Tous les participants ont conscience que s'ils connaissent très bien le site autour de leur lieu d'implantation, ils n'ont pas forcément connaissance de l'ensemble du patrimoine, ni de l'offre du territoire, ni des missions du Grand Site. Ils sont à la recherche de cette information et ont pu bénéficier **d'outils d'interprétation** (lecture de paysage, travaux sur l'esprit des lieux...) afin de trouver les mots justes **pour guider leurs visiteurs**. A l'évidence, le Syndicat Mixte gestionnaire du Grand Site a un rôle pédagogique à jouer. Les prestataires touristiques lui demandent également de les

aider à faire vivre un réseau. Ils souhaitent se rendre les uns chez les autres, mieux se connaître et confronter leurs pratiques, ce qui est rare dans un milieu souvent cloisonné et concurrentiel. Tous ont compris que, dans cette région très rurale et isolée, il fallait jouer la carte du collectif. Faire vivre l'esprit du Grand Site, en répondant aux demandes des visiteurs, sera d'autant plus favorisé si des liens étroits s'établissent entre les différents professionnels du territoire.

Le succès de cette initiative incite ses promoteurs à poursuivre et à amplifier la dynamique. Le Syndicat Mixte du Grand Site du Cirque de Navacelles compte sur l'obtention de fonds européens pour lancer un nouveau cycle de rencontres sur les années 2016-2017 et faire émerger ce réseau de professionnels.

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Ambassadeurs du patrimoine, Concertation, Formation des socioprofessionnels, Interprétation du patrimoine, Office du tourisme, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Tourisme de nature, Valeurs du site

► Renforcement de la qualité paysagère en lien avec le projet touristique et les acteurs associés

# Une signalétique harmonisée dans la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze

*Un paysage sauvage et presque lunaire, né de la réalisation d'un barrage, offrant un contraste puissant entre un vaste plan d'eau et les collines de ruffe rouges ponctuées de quelques villages.*



Grand Site de France en projet

Département : Hérault

Gestionnaire : Syndicat Mixte de gestion du Salagou et de Mourèze associant le Département et 3 communautés de communes

Fréquentation annuelle : 400 000 visiteurs, dont de nombreux montpelliérains et habitants de proximité qu'attire la présence d'eau douce, rare en milieu méditerranéen

Superficie : 14 communes, 10 000 hectares dont la quasi totalité en site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000

Reconnu pour la beauté et la singularité de son paysage, le Grand Site de la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze n'avait pas pour autant échappé à la multiplication des panneaux publicitaires, enseignes et pré-enseignes, pourtant interdits en site classé, signe que la réglementation ne se suffit pas à elle seule.

Précurseur dans l'expérimentation du dispositif de Signalisation d'Information Locale (SIL), le département de l'Hérault avait **interdit tous les panneaux de pré-signalisation** et "l'information locale" a été intégrée à un **dispositif spécifique de "micro-signalétique" routière**. Une tâche colossale, qui paradoxalement, n'avait pas inclus le territoire du Grand Site car les autorisations en site classé dépendent directement de l'Etat. **Une action déterminée et concertée entre le Syndicat Mixte et l'inspecteur des sites** a permis d'aboutir à la **complète suppression** de ces points noirs paysagers dans le site classé. Une démarche qui a anticipé l'entrée en vigueur de la loi du 12 juillet 2010 et du décret du 30 janvier 2012 qui modifie profondément la réglementation relative à la publicité extérieure. Une expérience qui peut être inspirante pour d'autres territoires.



## La démarche Grand Site : recenser, expliquer, aider, coordonner

Les agents du Grand Site ont d'abord suivi **une formation auprès des services de l'État**. Durant deux jours, la DDTM<sup>1</sup> leur a expliqué comment distinguer les différents types de panneaux : enseigne, pré-enseigne, publicité, directionnel... Suivant leur fonction, la réglementation et les institutions référentes diffèrent. L'éclairage de professionnels est indispensable pour se repérer dans cet environnement réglementaire complexe.

Le travail sur le terrain a commencé par **la géolocalisation exhaustive de tous les panneaux** implantés sur le territoire du Grand Site. Il a été confié à deux stagiaires qui ont établi **un classement par typologie**. Il a ensuite fallu **écrire à tous les propriétaires des parcelles** sur lesquelles les panneaux devaient être déposés.

<sup>1</sup> Direction Départementale des Territoires et de la Mer

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Supprime les points noirs qui banalisent le territoire
- Restaure l'intégrité paysagère
- Permet de travailler avec les prestataires du territoire et les aide dans la recherche de solutions
- Met le site en conformité avec la réglementation

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Un paysage de qualité en adéquation avec l'image attendue d'un site protégé
- Une information lisible en terme de contenu et d'orientation

### EN SAVOIR PLUS

[www.grandsitesalagoumoureze.fr](http://www.grandsitesalagoumoureze.fr)

- Guide pratique du ministère de l'Environnement "La réglementation de la publicité extérieure", 2014
- Rubrique "Paysage" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- Fil des Grands Sites "Signalétique d'activités et de services sur les Grands Sites : démarches et outils", 2009

**CONTACT :** Clotilde Delforge  
04 67 44 68 86 ou [info@esalagou.fr](mailto:info@esalagou.fr)

Plutôt que d'interdire, le Grand Site, appuyé par le Conseil départemental, a explicité les nouvelles dispositions. Les établissements pouvant prétendre à la Signalisation d'Information Locale (SIL) se sont vus **proposer un panneau directionnel** afin qu'ils soient localisés par les utilisateurs. Une fois le panneau posé, leur pré-enseigne était supprimée. Un système d'**affichage temporaire et périodique** entre le 1er juin et le 30 septembre est proposé aux établissements touristiques saisonniers qui ne rentrent pas dans la nomenclature SIL, en accord avec les services de l'Etat. Pour cela ces derniers s'adressent aux communes ou aux

intercommunalités compétentes, impliquées dans le projet par le Syndicat Mixte. Enfin, l'affichage pour des manifestations ponctuelles est toléré à condition qu'il soit retiré au lendemain de l'événement. *"Tout le monde est d'accord pour préserver l'environnement visuel, constate Clotilde Delforge, directrice du Grand Site de la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze. La loi de juillet 2015 conforte notre démarche. Mais pour réussir il faut s'en donner les moyens. Pour nous, cela s'est traduit par un emploi à mi-temps pendant quatre ans."*

### Dialoguer et offrir des solutions



Avant



Après

Les **200 panneaux** recensés sur le Grand Site de la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze **ont presque tous disparu par accord amiable**. L'inspecteur des sites et les gendarmes ne sont intervenus que quatre fois pour verbaliser des contrevenants. **Le dialogue et l'offre de solutions alternatives** ont facilité la compréhension et l'acceptation du dispositif. Le Syndicat Mixte a su plaider auprès de l'inspection des sites le bien-fondé d'une démarche pédagogique quand bien même la mise en règle sur ce site remarquable prendrait plus de temps.

Le partenariat entre l'État, garant de l'application de la loi en site classé et le Syndicat Mixte a été payant. Aujourd'hui, le dispositif est en place sur tout le territoire mais la pression reste forte. *"Quand quelqu'un a un message à faire passer, déplore Clotilde Delforge, le premier réflexe est encore de vouloir mettre un panneau. Et un panneau en appelle un autre, si on relâche la pression, c'est sans fin"*. Les habitudes sont tenaces ! **Signe très positif : de nombreuses communes ont suivi l'exemple du Grand Site** et sont parvenues à restaurer leurs entrées de villages. Cela avant même la mise en place de la loi qui vient légitimer le travail accompli. Aujourd'hui la clarté et la sobriété du dispositif de signalétique sur l'ensemble du Grand Site est remarquable.

### Mots clés

Accueil des visiteurs,  
Partenariat avec les acteurs privés du tourisme,  
Préservation du paysage, Signalétique

► Renforcement de la qualité paysagère en lien avec le projet touristique et les acteurs associés

## Accueil des camping-cars dans la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze

*Un paysage sauvage et presque lunaire, né de la réalisation d'un barrage, offrant un contraste puissant entre un vaste plan d'eau et les collines de ruffe rouges ponctuées de quelques villages.*



Grand Site de France en projet

Département : Hérault

Gestionnaire : Syndicat Mixte de gestion du Salagou et de Mourèze associant le Département et 3 communautés de communes

Fréquentation annuelle : 400 000 visiteurs, dont de nombreux montpelliérains et habitants de proximité qu'attire la présence d'eau douce, rare en milieu méditerranéen

Superficie : 14 communes, 10 000 hectares dont la quasi totalité en site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000

Les camping-caristes qui, par centaines, fréquentent le Grand Site de la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze le savent bien : ils ne peuvent pas s'installer n'importe où.

Des patrouilleurs à cheval et en VTT leur expliquent que pour préserver la beauté des paysages et la quiétude des lieux, le stationnement sauvage est interdit. L'action de ces équipes, appuyée par celle des gendarmes, est déterminante. L'objectif que s'était fixé le Syndicat Mixte en la matière est proche d'être atteint. Il reste maintenant à développer le travail d'animation touristique.



### La méthode Grand Site pour mieux gérer et accueillir les camping-cars

En 2006, lors de la création du Syndicat Mixte pour la gestion du Grand Site de la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze chacun s'accordait à reconnaître que la question de la multiplication des camping-cars était très sensible. Il y a quelques années, durant la pleine saison touristique, en moyenne **150 camping-cars stationnaient illégalement sur les berges du lac la nuit.**

Les élus s'étaient fixés d'avoir résolu le problème à l'horizon 2020. Mais les actions lancées par le Grand Site se sont révélées particulièrement efficaces et **aujourd'hui ils ne sont plus qu'une quinzaine** à stationner chaque nuit.

Le problème était à la fois d'ordre paysager car les camping-cars qui s'aggloméraient créaient des "murs, barrières visuelles" sur le site et de l'ordre du conflit d'usage car ils occupaient de très nombreux espaces. De plus la loi sur les sites classés interdit le stationnement de nuit.

"Les camping-cars doivent se garer dans les villages, pas sur les berges du lac, explique Clotilde Delforge, directrice du Grand Site. Au sein du site protégé, seuls trois emplacements leur sont encore réservés ainsi que les abords des campings."

Pour parvenir à ce résultat plusieurs actions ont été lancées simultanément,

et tenues dans la durée, par le Grand Site. Tout d'abord **un bureau d'étude spécialisé** accompagné par la DREAL dans le tourisme en camping-cars a été mandaté pour **dresser un bilan.** Puis **un système d'observatoire et de comptage** a été mis en place s'appuyant sur l'ensemble des partenaires, y compris privés, afin d'avoir des chiffres précis et actualisés, année par année, et de suivre l'évolution des mesures engagées. Ce système efficace est reconduit chaque année.

Des objectifs transitoires et des mesures par étapes ont été adoptés par les élus, en accord avec les services de l'Etat, parties prenantes du projet, qui voyaient bien qu'il n'était pas réaliste d'imaginer éliminer le problème par la seule répression. Ainsi, progressivement, des poches de stationnement illégaux et des chemins d'accès ont été fermés, tandis que **des aires de stationnement et d'accueil étaient programmées, repérées et créées**, autour de deux pôles touristiques existant à proximité du lac, de campings existants, ou d'un relai camping à la ferme.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Gère mieux la présence des camping-cars et réduit leur impact sur le site
- Crée les conditions d'une émotion paysagère : le paysage à découvrir est préservé dans ce qu'il a de remarquable
- Concilie mieux les usages (évite les conflits d'usage et la monopolisation par une catégorie d'utilisateur au détriment des autres)
- Implique les partenaires concernés pour une action efficace et cohérente

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Un paysage de qualité et non banalisé
- Un accès au lac facilité pour tous
- Pour les camping-caristes : une information et des solutions alternatives sécurisées

### EN SAVOIR PLUS

[www.grandsitesalagoumouzeze.fr](http://www.grandsitesalagoumouzeze.fr)

- Fiche Mairie-conseils "L'accueil des camping-cars dans le Grand Site du Salagou (34)", 2013
- Fil des Grands Sites "Comment accueillir et gérer les camping-cars dans les Grands Sites ?", 2012
- Revue Espaces Naturels n°47, article "Salagou : une place pour chacun", 2014
- Rubriques "Paysage" et "Gestion de la fréquentation" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Clotilde Delforge  
04 67 44 68 86 ou [info@lesalagou.fr](mailto:info@lesalagou.fr)

## Moyens humains et campagne de communication

Des moyens humains ont été promus pour faire respecter les mesures engagées sur le terrain. Depuis 2007, des **tournées de surveillance et de prévention** sont effectuées dans les espaces naturels par deux cavalières et deux vététistes du Grand Site pour expliquer la réglementation aux usagers (postes saisonniers sur trois mois).



En parallèle, des **campagnes d'information très fortes** ont été réalisées, avec **panneaux et cartes** implantés sur chaque parking qui informent et indiquent les possibilités de stationnement nocturne autorisées. Le dispositif est doublé par **les dépliants du Grand Site** et par **l'information en ligne** sur le site Internet. **Une veille des blogs de camping-caristes** sur Internet a été mise en place, le Syndicat Mixte intervenant si besoin (pour rectifier une information erronée, informer...) et **des communiqués de presse ciblés** ont été adressés à la **presse spécialisée**. Ce travail de contact avec le monde des camping-cars s'est avéré utile et efficace.

## Partenariat avec les services de police

Depuis 2012, le gestionnaire est passé **de la sensibilisation à la verbalisation**. Les agents assermentés (à savoir les gendarmes, les agents de police de la nature, les gardes champêtres, la police municipale) dressent des procès-verbaux pour faire respecter les arrêtés municipaux interdisant le stationnement. La première année ils en ont établi 400, la deuxième 300 et **la tendance à la baisse semble se confirmer**. Au préalable, un important travail d'animation et de sensibilisation avait été conduit auprès des différentes polices impliquées, et fut particulièrement enrichissant pour chacune des

parties. Aujourd'hui la collaboration entre les équipes de terrain et la gendarmerie fonctionne bien et est très appréciée. Les gendarmes savent que le travail d'information a été fait préalablement à leur passage et les équipes sont rassurées de pouvoir faire appel aux gendarmes en cas de situations conflictuelles, qui heureusement restent très rares.

C'est grâce à ce dispositif complet, à des moyens financiers dédiés, à l'implication de chacune des parties et à son maintien dans la durée, que les **stationnements illégaux sont devenus minoritaires**.

## Les marges de progrès

**L'accueil des campings-caristes** sur les lieux qui leur sont réservés va être **intégré dans l'offre touristique**. Les bordures de camping s'y prêtent particulièrement bien car l'accueil est réalisé par le gestionnaire du camping.

Cette question de l'offre touristique concerne le Grand Site mais aussi les territoires adjacents et elle devrait être traitée à l'échelle du Pays et même du département. *"Nous animons des sessions d'échanges entre les différents services des collectivités pour intégrer ce besoin de requalification d'aires de camping-cars à un projet*

*global et à une échelle territoriale plus large. C'est chronophage mais indispensable",* constate Clotilde Delforge. Progressivement **une politique tarifaire globale** se met en place ainsi qu'**une communication cohérente**. C'est de cette manière que les habitudes changeront et que les paysages pourront être préservés sur le long terme.

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Camping-car, Concertation, Fréquentation (gestion), Gouvernance locale, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Préservation du paysage

# La charte des manifestations sur le Grand Site de France Sainte-Victoire : une gouvernance qui a fait ses preuves

*Un paysage méditerranéen connu dans le monde entier grâce à l'œuvre de Cézanne, mais également une montagne emblématique et très identitaire pour la Provence.*



Labellisé Grand Site de France en 2004, renouvellement en 2011

Département : Bouches-du-Rhône

Gestionnaire : Syndicat Mixte départemental des Massifs Concors Sainte-Victoire, associant le Département, la communauté d'agglomération du pays d'Aix et la Région Provence-Alpes-Côtes d'Azur

Fréquentation annuelle : plus d'un million de visiteurs, près de 80% de locaux-régionaux (un poumon vert de la métropole Aix-Marseille qui compte 1,8 million d'habitants), surtout fréquenté hors été (chaleur, risque incendie)

Superficie : 14 communes, 35 000 ha, dont la moitié en site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000...

Mettre en place une charte qui encadre les manifestations de pleine nature est apparu indispensable au Grand Site Sainte-Victoire pour réduire l'impact écologique et paysager des événements de plus en plus nombreux, réduire les conflits d'usage et répondre aux aspirations des habitants.

Le Syndicat Mixte, gestionnaire du Grand Site, dispose aujourd'hui d'une charte engageant les gestionnaires, les collectivités et les pratiquants. Un livret de l'organisateur regroupe les préconisations techniques d'application des critères de la charte.

Ce document cadre est le résultat d'une démarche collective éco citoyenne et durable impliquant tous les acteurs concernés, en premier lieu les représentants des usagers.



## L'apprentissage de la gouvernance

*"Lorsque nous avons commencé à y réfléchir, en 2005, nous avons néanmoins pensé qu'un document d'orientation élaboré par le Syndicat Mixte suffirait, se souvient Philippe Maigne, directeur du Syndicat Mixte. Au fil des années, notre approche a été contestée."* Les organisateurs d'événements, qui ne s'étaient pas approprié ce document, le vivaient souvent comme **une contrainte et un frein à leurs activités**.

En 2008, le Syndicat et les organisateurs reprennent ensemble la démarche. Le lien étroit qui existe entre le Syndicat, les collectivités territoriales et les services de l'Etat lui permet de jouer un **rôle de médiateur, voire de facilitateur**, que tous les partenaires vont apprendre à apprécier. La charte est signée le 25 novembre 2009 par 33 structures (16 collectivités et 17 associations).

La charte ne diffère pas fondamentalement de l'ancien document, le nombre de manifestations autorisées est légèrement augmenté (35), des précisions sont

apportées mais surtout désormais les organisateurs consultent davantage le Grand Site en amont. C'est à l'aune de la connaissance du terrain (autres événements, enjeux naturalistes, ...) que les manifestations, et particulièrement les itinéraires, sont élaborés. Et la grande différence est que le principe de la nouvelle charte est un **engagement partagé**. Afin d'accompagner et d'évaluer le respect de la charte, un comité de suivi se réunit tous les ans et un bilan annuel est publié.

Aujourd'hui on est passé d'une perception du **gestionnaire censeur**, à un **gestionnaire garant du respect d'un accord collectif** et de la cohérence de la charte. Cette position de médiateur-facilitateur est appréciée tant des agents du Syndicat, que des maires du territoire et est aujourd'hui bien acceptée des acteurs concernés qui, de plus en plus, prennent en compte en amont les enjeux de préservation.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Réduit l'impact écologique et paysager des événements et manifestations
- Maîtrise la fréquentation et réduit les conflits d'usage
- Améliore la qualité de l'offre des loisirs de nature et sportifs
- Fédère les acteurs sur l'enjeu et les valeurs du Grand Site de France
- Responsabilise les acteurs

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- En tant qu'organisateur d'une manifestation sportive : un cadre de référence clair établi en concertation
- En tant que pratiquant : la possibilité de pratiquer dans un espace exceptionnel en sachant que l'impact de l'activité est maîtrisé
- En tant que non pratiquant ou non participant à la manifestation : un Grand Site qui reste accessible, sans trop d'effet de foule, et sans traces laissées à l'issue de la manifestation

### EN SAVOIR PLUS

- [www.grandsitesainte victoire.com](http://www.grandsitesainte victoire.com)
- Charte des manifestations sportives et de pleine nature sur le Grand Site Sainte-Victoire, 2009
- Guide de l'organisateur, 2012
- Bilan 2010-2014 de la Charte des Manifestations Sportives du Grand Site Sainte-Victoire
- Fil des Grands Sites "Mieux gérer les activités de pleine nature sur les Grands Sites", 2008
- [www.sentinelles.sportsdenature.fr](http://www.sentinelles.sportsdenature.fr)
- Rubriques "Biodiversité", "Gestion de la fréquentation" et "Paysage" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Philippe Maigne  
04 42 64 60 90 ou [contact@grandsitesainte victoire.com](mailto:contact@grandsitesainte victoire.com)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Charte pour la pratique de l'escalade, l'équipement des voies et le zonage des pratiques dans les Gorges du Gardon, 2002
- Charte d'engagement des manifestations sportives, culturelles et pèlerinages dans le Massif du Canigo, 2014
- Charte globale des activités de pleine nature du Grand Site de France Puy Mary- Volcan du Cantal

## Les organisateurs de manifestations deviennent des ambassadeurs

Force est de constater que le mode de gouvernance choisi change tout. A titre d'exemple, sur une autre démarche du Grand Site qui est celle de la charte de l'escalade, lorsqu'en 2014 les réseaux sociaux ont véhiculé des craintes sur les dispositions, ce sont les pratiquants eux-mêmes qui sont intervenus sur Internet afin de convaincre du bien-fondé

des règles adoptées. Les bénévoles qui s'impliquent dans l'organisation des grands rassemblements culturels et sportifs deviennent souvent **les meilleurs ambassadeurs** de l'esprit du Grand Site. Ils contribuent à diffuser le concept de "tourisme de nature" dans le territoire.

## Le mode de gouvernance fait tache d'huile

Le Pays d'Aix, qui regroupe 36 communes autour de la montagne Sainte-Victoire, s'est inspiré du travail accompli dans le Grand Site pour produire une charte des éco-manifestations. C'est dans le même esprit collaboratif que s'élabore en 2015 la charte du tourisme du Pays d'Aix. Elle doit permettre une fréquentation plus diffuse dans tout le pays.

"C'est au cœur de notre démarche, explique Philippe Maigne, nous luttons contre une concentration de toutes les manifestations sur le hot-spot de Sainte-Victoire, de même pour la fréquentation touristique. Il existe bien d'autres espaces naturels à valoriser, en particulier dans les communes du Nord qui sont demandeuses."

## Les points-clés de la charte



Elle définit un nombre maximum de manifestations par an (35), et un nombre maximum de participants (350). Elle précise des zones interdites ou fragiles, et le calendrier des périodes à éviter (sensibilité des milieux), les conditions de tracé des parcours, des stationnements, des ravitaillements. Elle précise les règles de balisage (réversibles, matériaux biodégradables) de

gestion des déchets, elle limite le volume sonore, elle incite au recours aux produits et services du territoire. Pour chaque événement, un règlement spécifique est établi et diffusé à tous. Elle prévient aussi un surnombre d'événements le même jour (notamment les weekends de printemps). Certaines activités considérées comme contraires à l'esprit des lieux ou au respect du caractère montagnard du site, sont interdites. Le Syndicat Mixte peut être associé à la communication de la manifestation (banderoles, remise des prix). A chaque manifestation importante, un agent du Grand Site est présent au titre de la charte, pour s'assurer que les bons messages sont diffusés.

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Ambassadeurs du patrimoine, Activités de pleine nature, Concertation, Événement durable (manifestation), Fréquentation (gestion), Gouvernance locale, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Préservation du paysage, Tourisme de nature, Valeurs du site

# L'écomobilité au cœur de la destination touristique du Grand Site de France Baie de Somme

*A perte de vue, un horizon de mer, de sable, d'îlots blancs et de prés-salés verts, une lumière changeante, de longs cordons littoraux, des petites villes balnéaires, des zones humides qui font la transition entre l'eau douce, la mer et la terre.*



Labellisé Grand Site de France en 2011

Département : Somme

Gestionnaire : Syndicat Mixte Baie de Somme Grand Littoral Picard associant 18 communes et le Département

Fréquentation annuelle : 2 millions de visites sur les espaces naturels majeurs, 85% de visiteurs français, 11% de visiteurs belges

Superficie : 25 communes couvrant les 72 km du littoral picard et sur 20 km dans l'arrière-pays, soit 38 000 ha, dont 12 000 ha en site classé

Mesures de protection et de gestion : 2 sites classés loi de 1930, Natura 2000, Ramsar, Réserve Naturelle Nationale, loi littoral...

L'écomobilité devient un vecteur indispensable du tourisme de nature et permet aux visiteurs de la Baie de Somme de vivre une expérience originale et responsable. Cette autre façon de voyager, propice aux découvertes et à l'immersion, s'est imposée sur le Grand Site de France et a conquis les professionnels du tourisme et les acteurs du territoire.



Sans voiture en Baie de Somme

## Une destination de tourisme de nature

Connue dans les années 1970 par le seul parc ornithologique du Marquenterre, la Baie de Somme s'est hissée, à la fin des années 1980, au rang des destinations touristiques de nature. L'Opération Grand Site, initiée en 2001 par le Syndicat Mixte et ses partenaires, présentait un double objectif : poursuivre la politique de **préservation des grands espaces naturels** et répondre aux nouvelles problématiques touristiques notamment liées au **désenclavement routier** du territoire par les ouvertures successives du tunnel sous la Manche en 1994 et de l'autoroute A16 en 1998. La question des

déplacements est alors devenue centrale pour ce territoire accueillant annuellement plusieurs millions de visiteurs sur ses principaux espaces naturels. Des **solutions alternatives à la voiture individuelle** ont dû être trouvées pour limiter l'afflux automobile et mieux préserver l'esprit des lieux. Le département a rapidement saisi l'opportunité des fonds européens pour structurer un réseau cyclable. L'organisation d'une offre dédiée à la découverte des espaces naturels par les **modes de déplacement doux** est devenue le fer de lance de la destination.

## Penser et construire l'intermodalité, en train, à vélo, en navette

L'une des priorités du Syndicat Mixte est de **gérer les flux**, en orientant les automobilistes vers des points d'accueil situés en amont des sites naturels, où des alternatives de déplacements et des offres de découverte sont proposées. Les infrastructures et les aménagements participent à la découverte patrimoniale du Grand Site sans voiture (retraits des parkings, création de belvédères, fermeture de voies d'accès, restauration de lieux emblématiques libérés de la voiture, etc.).

**Le vélo est la pierre angulaire du dispositif** : dix boucles de découverte, soit 130 km balisés sur les routes et les chemins dont 46 km en site propre, permettent de découvrir la baie et son patrimoine en mode doux. **Plus de 50 Relais vélo** (hébergeurs, réparateurs, loueurs, gares...) maillent le territoire, ils permettent de louer un vélo dans un point relais et de le laisser dans un autre. **Le chemin de fer** est l'autre axe structurant à partir duquel a été déployé un ensemble de services. Le visiteur peut parcourir

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Propose des solutions alternatives à la voiture individuelle pour mieux préserver l'esprit des lieux, limiter l'afflux automobile et ses impacts sur les paysages, la qualité de l'air et les émissions de gaz à effet de serre
- Désengorge l'accès au site en période de forte affluence, réduit la part de stationnement en espace naturel, diffuse la fréquentation dans l'espace
- Propose une offre qui favorise le séjour dans le cas de structuration

partenariale de l'offre et fédère tous les acteurs sur un projet commun d'écomobilité

- Accompagne les professionnels dans leur démarche

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Favorise l'immersion du visiteur à vélo, à pied, à cheval dans un territoire et un paysage remarquable
- Limite l'impact de la voiture sur la qualité de la visite
- Assure une offre multimodale de qualité

### EN SAVOIR PLUS

[www.baiedesomme.org](http://www.baiedesomme.org)  
[www.baiecyclette.com](http://www.baiecyclette.com)  
[www.baiedesomme-zero carbone.org](http://www.baiedesomme-zero carbone.org)  
[www.ecomobilité-baiedesomme.fr](http://www.ecomobilité-baiedesomme.fr)

- Charte accueil vélo du Réseau "Côte picarde à Vélo", 2012
- Portrait-vidéo D.Ferreira de Silva, gérante d'un hôtel restaurant sur le Grand Site de France Baie de Somme sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- Etude du RGSF et Réseau Rural français "Ecomobilité touristique et de loisirs vers les espaces ruraux", 2011
- Rubriques "Ecomobilité", "Tourisme durable" et "Gestion de la fréquentation" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- Revue Espaces Naturels n°16 "Moins de voitures dans la nature", 2006
- Revue Espaces Naturels n°39 "L'écomobilité au profit de la nature?", 2012
- Cahier de recommandation pour la réalisation des aménagements cyclables dans les espaces protégés (ministère de l'Environnement), 2012
- Magazine Baie de Somme Hors Série N°2, 2014

**CONTACT :** Elise Blanchart  
03 22 20 60 30 ou [contact@baiedesomme.org](mailto:contact@baiedesomme.org)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Explorer les Grands Sites sans voiture : [www.escapadenature-sansvoiture.fr](http://www.escapadenature-sansvoiture.fr)
- Fiche n°4 - Une démarche qualité pour la découverte du Grand Site de France Marais poitevin
- Fiche n°10 - Les "Escapades nature sans voiture" dans les Grands Sites comme outil de la transition touristique
- Parcourir le Marais poitevin à vélo : [www.parc-marais-poitevin.fr](http://www.parc-marais-poitevin.fr)
- Découvrir autrement le Cirque de Navacelles : [www.cirquenavacelles.com](http://www.cirquenavacelles.com)

### Mots clés

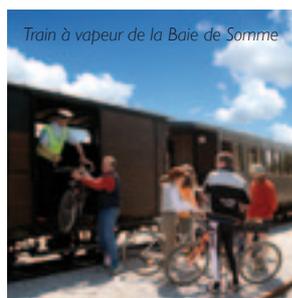
Accueil des visiteurs, ADT / ADRT, Ambassadeurs du patrimoine, Concertation, Destination, Dessaisonalisation, Ecomobilité et intermodalité, Formation des socioprofessionnels, Fréquentation (gestion), Office du tourisme, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Préservation du paysage, Tourisme de nature, Vélo (plan)

la baie dans un train à vapeur qui circule sur 27 km entre Cayeux-sur-Mer et Le Crotoy, en passant par Noyelles-sur-Mer; où une correspondance est assurée avec le TER Picardie et le train Corail InterCité, reliant Amiens et Paris. Le Chemin de fer de la Baie de Somme propose plusieurs circuits de découverte, les cyclistes peuvent, bien sûr, y embarquer

leurs vélos pour **combinaison des modes de déplacement.**

Depuis 2012, la navette "Baie mobile", opération partenariale réalisée par les acteurs du territoire pour favoriser l'éco mobilité via le transport en commun, et son pass à la journée permet de laisser son véhicule sur des parkings et de se déplacer autrement.

### L'écomobilité, c'est aussi vivre une expérience unique



En juin 2011, au terme de multiples actions visant à préserver les paysages, favoriser la biodiversité, garantir un accueil de qualité et pérenniser le développement économique local (artisanat, pêche à pied, agriculture, tourisme durable), la Baie de Somme devient le dixième Grand Site de France labellisé.

Aux 18 communes qui constituaient initialement le Syndicat Mixte Baie de Somme – Grand Littoral Picard se sont adjointes 7 communes de l'arrière-pays. Toutes entendent préserver leur patrimoine naturel et proposer à leurs visiteurs de vivre une expérience unique. "Nous faisons en sorte que les touristes qui découvrent la Baie de Somme sans leur voiture aient une réelle plus-value dans leur découverte du site", explique Elise Blanchart, chargée de mission sur le Grand Site Baie de Somme.

Le succès de ces actions est le fruit du travail porté par le gestionnaire aux côtés de ses partenaires institutionnels mais aussi privés sur l'ensemble de la destination.

### Les professionnels du tourisme engagés

Aujourd'hui le Réseau "Côte picarde à Vélo", créé et co-animé par l'ADRT<sup>1</sup> Somme tourisme et le Grand Site Baie de Somme regroupe les différents acteurs de la filière vélo. Il a pour objectifs d'offrir un service parfaitement adapté aux besoins des touristes qui voyagent à vélo et de **fédérer les professionnels** (offices de tourisme, loueurs, hébergeurs) au travers d'une charte fixant les exigences d'un accueil de qualité des cyclotouristes. Il propose des formations personnalisées auprès des hébergeurs avec par exemple la transmission des outils nécessaires pour composer un séjour sans voiture à partir de leur hébergement. Il réédite annuellement des cartes touristiques pour les vélos, valorise le patrimoine et permet la transmission des valeurs du Grand Site.

En parallèle **une quarantaine d'acteurs privés** (hébergeurs, sites de visites, loueurs, commerçants,

mais aussi agriculteurs...) se sont engagés dans une dynamique originale de développement durable en créant l'association Baie de Somme Zéro Carbone. L'objectif est de promouvoir des pratiques durables (écomobilité, circuits courts, valorisation des savoir-faire, etc.)

Le travail accompli **depuis 40 ans** par le Syndicat Mixte et ses partenaires porte ses fruits en répondant à une demande croissante de tourisme de nature et d'évasion. Le choix des élus de privilégier les moyens de transports alternatifs à la voiture individuelle permet de préserver le milieu naturel et de mettre en valeur les atouts du territoire. Les professionnels du tourisme jouent le jeu, ils s'écartent du tourisme de masse pour **accueillir le visiteur "comme un ami"**.

<sup>1</sup> Agence de Développement et de Réservations Touristiques

# Les "Escapades nature sans voiture" dans les Grands Sites comme outil de la transition touristique

*Un projet du Réseau des Grands Sites de France pour le développement d'un tourisme sans voiture, une immersion au cœur des plus beaux paysages de France, une expérience nouvelle et séduisante pour le visiteur.*



12 tests réalisés depuis 2013

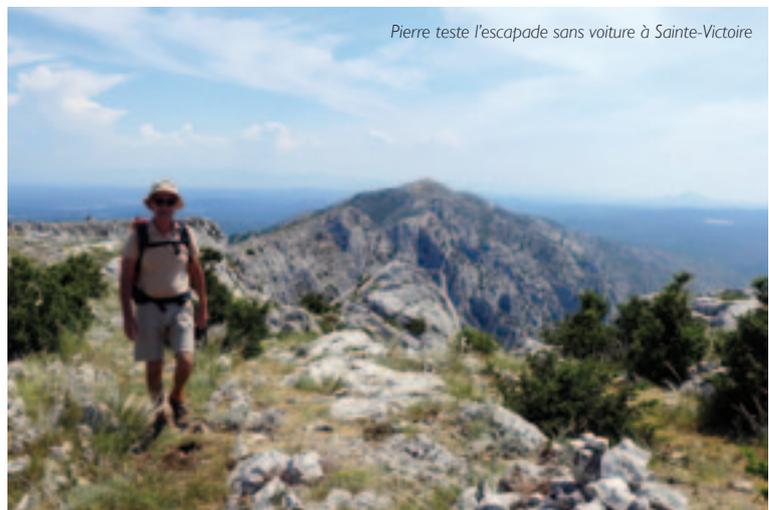
9 escapades valorisées sur le site [www.escapadenature-sansvoiture.fr](http://www.escapadenature-sansvoiture.fr) :

- Baie de Somme
  - Cap d'Erquy-Cap Fréhel
  - Cirque de Navacelles
  - Estuaire de la Charente-Arsenal de Rochefort
  - Les Deux-Caps Blanc-Nez, Gris-Nez
    - Marais poitevin
    - Puy de Dôme
    - Sainte-Victoire
  - Solutré Pouilly Vergisson
- et d'autres à venir en 2016-2017

9 moyens de transport utilisés pour accéder et découvrir les Grands Sites : pied, train (TGV/TER), bus, vélo "classique", vélo électrique, barque, bateau-navette, train à crémaillère et taxi-navette

[www.escapadenature-sansvoiture.fr](http://www.escapadenature-sansvoiture.fr)

S'il est désormais aisé d'aller passer trois jours à Londres, Nice ou Berlin sans voiture, qu'en est-il des courts séjours dans la nature ? "Escapade nature sans voiture" vise le développement d'une offre touristique dite de **country break** (en référence au concept de *city break*), dans les Grands Sites de France labellisés et en projet. L'élément distinctif d'Escapade nature sans voiture est la découverte en profondeur de ces paysages exceptionnels et de leur patrimoine par des modes de déplacement doux. Elle se caractérise par un **court séjour de 2 ou 3 jours** sur un Grand Site, testé et réalisé **sans voiture depuis son domicile, y compris pour l'accès au site**. Le public ciblé est principalement urbain, sans voiture, jeune ou retraité actif. Plus qu'un produit touristique "clé en main", il s'agit avant tout d'un "facilitateur", mettant en lumière et encourageant des formes de mobilité durable qui soient également une source d'expérience nouvelle et séduisante pour le visiteur.



Pierre teste l'escapade sans voiture à Sainte-Victoire

## Un concept testé et validé en amont

Afin de rassurer le futur visiteur sur la faisabilité d'un tel voyage, Pierre, un voyageur missionné par le Réseau des Grands Sites de France, teste ce concept en se rendant sur les Grands Sites volontaires, depuis son domicile et sans jamais utiliser sa voiture. Pour cela, deux possibilités : soit Pierre organise seul son parcours sans l'aide du Grand Site, la préparation du voyage et son exécution faisant partie du processus d'évaluation, soit le Grand Site oriente Pierre dans la création de son programme car il souhaite tester l'escapade sans voiture sur un périmètre bien précis ou alors expérimenter un moyen de transport ou une activité en particulier... Dans la plupart des cas, c'est la première option qui est choisie afin d'avoir un rendu le plus authentique et instructif possible. Suite à son escapade, Pierre réalise un **compte-rendu détaillé de son expérience** (accès au site, signalétique, informations disponibles sur internet,

diversité de l'offre de découverte...), illustré de photos prises par lui-même au cœur du Grand Site.

Ce compte-rendu est ensuite transmis au Grand Site concerné en vue de **possibles améliorations** de l'offre sans voiture et des activités de découverte, comme sur le Grand Site du Cirque de Navacelles où il est désormais possible de louer un vélo électrique en un lieu du site et de le rendre à un autre lieu. Pierre a également été invité à plusieurs reprises à présenter ses conclusions devant un public composé d'élus, de techniciens et de professionnels du tourisme impliqués dans la démarche Grand Site.

Une fois l'expérience validée par Pierre, le Grand Site et le Réseau comme étant réalisable et reproductible, le récit pratique de Pierre est adapté pour être présenté sous forme de carnets de voyage disponibles sur [www.escapadenature-sansvoiture.fr](http://www.escapadenature-sansvoiture.fr).

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Propose des solutions alternatives à la voiture individuelle pour mieux préserver l'esprit des lieux
- Valorise et rassemble les offres écomobiles existantes sur le Grand Site
- Limite l'afflux automobile et ses impacts sur les paysages, la qualité de l'air et les émissions de gaz à effet de serre
- Désengorge l'accès au site en période de forte affluence et diffuse la fréquentation dans l'espace

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Favorise l'immersion du visiteur à vélo, à pied, en train, en bus, en barque... dans un territoire et un paysage remarquable
- Limite la présence des voitures sur le site

### EN SAVOIR PLUS

[www.escapadenature-sansvoiture.fr](http://www.escapadenature-sansvoiture.fr)

- Etude du RGSF et Réseau Rural français "Ecomobilité touristique et de loisirs vers les espaces ruraux", 2011
- Rubriques "Ecomobilité", "Tourisme durable" et "Gestion de la fréquentation" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- Revue Espaces Naturels n°16 "Moins de voitures dans la nature", 2006
- Revue Espaces Naturels n°39 "L'écomobilité au profit de la nature?", 2012
- Cahier de recommandation pour la réalisation des aménagements cyclables dans les espaces protégés (ministère de l'Environnement), 2012

### CONTACT : Camille Guyon

01 48 74 39 29 ou [camilleguyon@grandsitedefrance.com](mailto:camilleguyon@grandsitedefrance.com)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°4 - Une démarche qualité pour la découverte du Grand Site de France Marais poitevin
- Fiche n°9 - L'écomobilité au cœur de la destination touristique du Grand Site de France Baie de Somme
- Parcourir le Marais poitevin à vélo : [www.parc-marais-pointevin.fr](http://www.parc-marais-pointevin.fr)
- Découvrir autrement le Cirque de Navacelles : [www.cirquenavacelles.com](http://www.cirquenavacelles.com)

## Une invitation à vivre "l'expérience Grand Site de France" et à la partager

Sur [www.escapadenature-sansvoiture.fr](http://www.escapadenature-sansvoiture.fr); en plus du carnet de voyage de Pierre, le visiteur retrouve une sélection de lieux incontournables à explorer ainsi qu'une rubrique "**Le petit + du Grand Site**" avec des activités originales pour découvrir le territoire autrement : visite de la criée du port d'Erquy au petit matin, balade en vélo électrique sur les Caps Blanc-Nez et Gris-Nez, observation des phoques en Baie de Somme...

En se basant sur ces propositions d'escapades, le visiteur est invité à inventer sa propre escapade et à la partager. Pour cela, 2 outils : un **compte Instagram dédié** (@escapadenaturesansvoiture) sur lequel il peut publier ses photos et la mise en ligne des parcours de Pierre sur la plateforme de randonnée [www.cirkwi.com](http://www.cirkwi.com) permettant de naviguer sur une carte interactive, de commenter les escapades ou encore de télécharger les **coordonnées GPS**.



### Promouvoir une autre forme de tourisme

Avec "Escapade nature sans voiture", le Réseau des Grands Sites de France ne souhaite plus seulement agir sur les impacts négatifs de la voiture sur les paysages et l'environnement : il veut agir sur les besoins et les comportements des visiteurs. Inspirées du *slowtourisme* ou "**écotourisme**", ces escapades contribuent à améliorer "l'expérience Grand Site de France" et à réinterroger nos pratiques de voyage vers un **tourisme qui fait sens**. Car lorsqu'il voyage à pied, à vélo, en train, le visiteur prend son temps et porte une attention plus grande aux paysages, aux terroirs, à la rencontre. Pour Juliette Dingeon, chargée de mission Grand Site au Syndicat Mixte Baie de Somme - Grand Littoral picard : "Ce projet 100% sans voiture nous permet de gagner en lisibilité et de valoriser un territoire d'exception qui construit un tourisme différent, mélange de respect du site et d'expériences humaines."

Depuis la création du Réseau des Grands Sites de France, ses membres se réfèrent à la notion d'esprit des lieux pour désigner la personnalité particulière de

chaque Grand Site de France. De la découverte comme de la pratique quotidienne d'un Grand Site de France découle **une expérience du lieu singulière, unique et non duplicable** (comme celle vécue par Pierre). Plusieurs Grands Sites ont par ailleurs engagé une réflexion sur la déclinaison des Escapades nature sans voiture en **offres différenciantes à haute valeur ajoutée**. L'idée serait de proposer des produits davantage en lien avec les valeurs et l'esprit du Grand Site que l'offre traditionnelle actuellement proposée.

Car comme le raconte Pierre : "Lors d'une escapade, il se passe plusieurs choses que l'on n'aurait pas vu, senti, vécu en voiture. C'est le matin sur la plage du Cap Blanc-Nez au moment où le soleil se lève sur les pêcheurs, c'est la Roche de Solutré au crépuscule qui s'efface dans la brume. C'est aussi la vache du Marais poitevin qui regarde passer la barque avec vous dedans, c'est l'impression d'être dans un nouveau monde au cœur du Cirque de Navacelles..."

### Mots clés

Ecomobilité et intermodalité, Fréquentation (gestion), Tourisme de nature, Vélo (plan)

# Sur le Grand Site de France Solutré Pouilly Vergisson, un accueil adapté aux différentes formes de handicap

*Un paysage viticole parmi  
les plus célèbres de  
Bourgogne, dominé par  
la Roche de Solutré, qualifiée  
par Lamartine de “navire  
pétrifié dans un océan  
de vignes”, témoin d’une  
occupation humaine continue  
depuis plus de 50 000 ans.*



Labellisé Grand Site de France  
en 2013

Département : Saône-et-Loire

Gestionnaire : Syndicat Mixte  
de valorisation du Grand Site  
de Solutré Pouilly Vergisson associant  
la communauté d'agglomération du  
Mâconnais-Val de Saône  
et le Département

Fréquentation annuelle :  
200 000 visiteurs

Superficie : 6 communes,  
2 774 ha dont 594 ha en site classé  
(extension en cours)

Mesures de protection et  
de gestion : Site classé loi de 1930,  
Natura 2000...

Situé au pied de la Roche de Solutré, le musée de Préhistoire fait partie intégrante du Grand Site de Solutré Pouilly Vergisson. Le site archéologique de Solutré est un jalon essentiel pour appréhender la préhistoire. Le musée accueille entre 25 000 et 30 000 visiteurs par an, parmi lesquels on compte de nombreuses personnes en situation de handicap, le plus souvent en groupe. Le musée de Solutré a ouvert la voie : tous les éléments composant le Grand Site sont désormais accessibles.

Visite en joëlette



## La démarche

Le musée travaille depuis plusieurs années à la **diversification de son public**. Il a choisi de privilégier les contacts et les actions avec **des structures adaptées pour permettre de bien identifier les attentes et les besoins des publics en situation de handicap**, et pour former les animateurs et personnel d'accueil. En lien étroit avec les associations spécialisées, le musée a **créé des outils pédagogiques** qui permettent **une visite en totale autonomie** et qui peuvent aussi être utilisés avec d'autres types de publics. De nombreux publics n'avaient pas accès

au musée : les personnes en situation de handicap mais aussi les "personnes empêchées" qui sont en maison d'arrêt ou en maison de retraite, les publics défavorisés pour des raisons financières ou de mobilité... Les responsables du musée de Solutré ont cherché à bâtir des passerelles vers tous ces grands absents. En 2007, leur première expérience avec l'accueil de l'exposition "Fermez les yeux pour voir la préhistoire", conçue pour les déficients visuels, a été le début d'une grande aventure.

## Tourisme et handicap

Faciliter la venue des personnes en situation de handicap (déficience visuelle, mentale, motrice ou auditive) implique **d'abord de supprimer les obstacles matériels**. Alors que le stationnement a été volontairement éloigné du site classé, **des places de stationnement sont réservées** au pied du bâtiment. **Le comptoir d'accueil** est également **modifié** de façon à garantir son accessibilité et **des micros amplifiés** sont installés pour le confort des déficients auditifs. Dans

le même esprit, tous les obstacles à la visite de l'exposition permanente sont **marqués par des bandes contrastées** afin de faciliter la visite des malvoyants. **Au-delà de ces aménagements**, le personnel d'accueil reçoit **une formation spécifique**, par exemple à la langue des signes. Un référent est désigné pour l'accueil et pour la médiation propre à chaque type de handicap.

## Visites en autonomie, médiation et outils pédagogiques

Plusieurs supports de médiation ont été imaginés pour permettre des visites en autonomie. Chaque outil a été **conçu en collaboration avec une structure spécialisée pour chaque type de handicap**

afin d'être parfaitement adapté, aussi bien au niveau de la forme que du contenu. **Quatre mallettes pédagogiques et un livre tactile** ont par exemple été conçus en collaboration avec l'École Régionale

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Organise l'accessibilité en veillant à réduire l'impact des aménagements sur le paysage
- Accueille tous les publics dans un Grand Site pour tous
- Permet de travailler en partenariat avec les acteurs du handicap

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Un Grand Site ouvert à tous, en intérieur comme en extérieur
- D'autres modes d'appréhension d'un site à expérimenter... même lorsqu'on est valide

### EN SAVOIR PLUS

[www.solutre.com](http://www.solutre.com)  
[www.tourisme-handicaps.org](http://www.tourisme-handicaps.org)

- Dossier accessibilité : demande à adresser par mail au Grand Site
- Programme des activités culturelles accessibles aux publics en situation de handicap
- Revue Espaces naturels n°52 "Il n'y a pas que l'aménagement pour accueillir le handicap", 2015
- Rubrique "Accueil du public" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Sylvain Quertelet  
03 85 35 82 81 ou [grandsite@cg71.fr](mailto:grandsite@cg71.fr)

### AUTRE EXEMPLE DANS LES GRANDS SITES

Accessibilité pour tous sur le Grand Site de France  
Bibracte-Mont Beuvray : [www.bibracte.com](http://www.bibracte.com)

d'Enseignement Adapté pour Déficiants Visuels (EREA-DV) de Villeurbanne. Leur réalisation a demandé un investissement matériel et humain assez important en raison des échanges, des concertations, des réflexions et de la fabrication.



*"Les associations nous ont beaucoup aidés",* constate Sylvain Quertelet, responsable du musée. *"Nous avons souvent des idées préconçues sur ce qu'il convient de faire pour intéresser des publics spécifiques. L'EREA-DV de Villeurbanne nous a conseillé, par exemple, plutôt que d'utiliser le braille qui n'est pas compris par tous les malvoyants, de réaliser un audio-guide. C'est ce que nous avons fait pour être sûrs de toucher tout le monde".* Les mallettes permettent la manipulation d'objets et d'outils illustrant chacune un thème de la préhistoire (la taille du silex, les outils, l'art à la préhistoire, la vie quotidienne). Un **audioguide main libre** permet d'avoir des explications sur les objets et les

modes de vie à la préhistoire tandis que la manipulation des objets permet d'appréhender leur forme et leur matière. Le public voyant est également invité à utiliser ces mallettes.

Dernièrement, un autre partenariat a été mis en place avec l'Institut des jeunes sourds de Bourg-en-Bresse qui accueille des déficients auditifs de 3 à 20 ans. Durant une année scolaire des activités pédagogiques ont été proposées au musée et sur le site de Solutré pour une classe d'élèves, initiés préalablement au sein de leur institut.

Le musée propose également des **interventions hors les murs**, pour les publics empêchés. Des intervenants du musée vont régulièrement à la maison d'arrêt de Villefranche-sur-Saône et les mallettes pédagogiques conçues pour les aveugles y sont particulièrement appréciées. Un bandeau sur les yeux, les détenus découvrent des objets en lien avec les collections du musée tandis qu'on leur raconte la préhistoire. Grâce à cet ensemble de dispositifs, le musée de Solutré a reçu de nombreuses distinctions dont le **label "Tourisme & Handicap"** en 2012. Sa visibilité et sa fréquentation s'en sont trouvées renforcées.

## Dans le contexte d'un Grand Site de France

Au-delà du musée, c'est l'ensemble du Grand Site de Solutré Pouilly Vergisson qui est progressivement rendu accessible à tous les publics.

**La Maison du Grand Site**, lieu d'accueil et d'information disposant d'une boutique et d'un espace de restauration, est devenue **accessible à tous**. Un espace d'exposition permanente consacré à l'histoire du paysage présente de nombreuses maquettes tactiles adaptées aux publics déficients visuels.

Un **programme d'activités pédagogiques** comprenant **des visites guidées axées sur les 5 sens** et des ateliers favorisant la découverte du Grand Site ont aussi été créés. L'ascension de la Roche de Solutré fait partie des spots incontournables. Pour les personnes à mobilité réduite, une **Joëlette** (fauteuil sur roues tracté par des personnes valides), est mise à disposition des associations qui encadrent ces sorties. **Une**

**sortie avec des ânes** a même été conçue pour permettre à des enfants déficients mentaux de découvrir la Roche de Solutré. Un guide accompagnateur propose **des balades-découverte et sensorielles** de l'environnement du Grand Site y compris pour les personnes déficientes motrices. **Le jardin archéologique et botanique** aménagé au pied de la Roche de Solutré est aussi un lieu propice pour faire découvrir de manière sensible aux publics handicapés l'environnement et les espèces végétales du site.

Au-delà, des aménagements lourds et coûteux souvent mis en œuvre dans ces projets, les partenariats pour adapter les outils de médiation et l'approche sensorielle sont apparus comme des leviers pour mieux faire découvrir l'ensemble du site, ceci quel que soit l'âge, le handicap ou le niveau de connaissance.

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Handicap, Interprétation du patrimoine, Label tourisme et handicap, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme

# Accompagnement des hébergeurs sur le Grand Site de France Puy Mary-Volcan du Cantal

*L'emblématique pyramide du Puy Mary, plus grand volcan d'Europe (2 700km<sup>2</sup>) remodelé par l'érosion des eaux et des glaces, rayonne sur 4 vallées. Un paysage marqué par de vastes estives où domine l'élevage de la vache Salers, et ponctué de burons où se fabriquait autrefois le fromage.*



Labellisé Grand Site de France en 2012

Département : Auvergne

Gestionnaire : Syndicat Mixte du Puy Mary associant le Département, la Région et 13 communes

Fréquentation annuelle : 500 000 visiteurs l'été.

Superficie : 13 communes, 36 000 hectares dont 8 535 hectares en site classé.

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000, PNR des Volcans d'Auvergne

S'appuyer sur la notoriété du site et la splendeur de ses paysages pour développer l'activité dans une région agricole très peu dense est un des objectifs du Grand Site du Puy Mary-Volcan du Cantal, permettant également de fixer une population permanente. Encore faut-il créer les conditions pour que les visiteurs du site puissent y séjourner. Il faut donc accroître l'offre d'hébergement, mais pas n'importe comment. Les élus ont voulu valoriser l'esprit Grand Site en prônant l'éco-responsabilité.



Auberge d'Ajean au Puy Mary

## Renforcer les structures d'accueil

Dans le cadre du projet de protection, de mise en valeur et de développement touristique du Grand Site, engagé depuis 1999, 5 maisons de site thématiques et saisonnières ont vu le jour, une au Pas de Peyrol, lieu phare de départ du sentier d'ascension du Puy Mary, et une dans chacune des 4 vallées principales. En parallèle, le Syndicat Mixte **accompagne les hébergeurs et les restaurateurs dans leurs projets**, car vouloir que les touristes prolongent leur séjour, en toute saison, c'est se donner les moyens de les loger, et préférentiellement dans des conditions à la hauteur du site.

Au cours des années 90, hôtels et autres structures d'hébergement ont fermé les uns après les autres, ne correspondant ni à ce que recherchaient les touristes, ni aux diverses nouvelles normes en vigueur. Depuis 2007, des professionnels se réinstallent dans les vallées pour créer des chambres d'hôtes ou des structures plus importantes, de qualité et engagées dans des démarches d'éco-responsabilité. **L'offre s'est beaucoup diversifiée et**

**innove** autour du bien-être et de la découverte des grands espaces.

Ce sont souvent des "enfants du pays" qui croient à nouveau dans l'avenir de ce territoire, ou des porteurs de projets attirés par la beauté du paysage et par la dynamique locale créée par le Grand Site. Le Grand Site **favorise** ces installations en apportant **une aide technique**, de la recherche de bâtiments à potentiel jusqu'à la faisabilité de leur projet, en facilitant également la concertation et leur intégration locale, en aidant à **l'orientation pour l'obtention de crédits**.

"Nous n'apportons pas d'aide financière directe, précise le Syndicat Mixte, mais nous avons cependant permis à plusieurs d'entre eux de connaître et d'accéder à des financements. Notre plus-value est de très bien connaître le territoire, de faire en sorte de trouver les bons interlocuteurs au bon moment, les bons leviers même pour résoudre les petits problèmes quotidiens ou débloquer des situations administratives parfois trop lourdes pour le futur hébergeur". Dans ce territoire où l'on disait il y a

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Passe d'un tourisme de visite à un tourisme de séjour favorable à l'économie locale
- Soutient les porteurs de projets locaux
- Fédère les acteurs locaux, favorise une chaîne de valeur efficace et gagne en lisibilité
- Fait partager les valeurs du Grand Site de France

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Offre diversifiée d'hébergement de qualité
- Accès à une offre d'hébergement plus riche de sens, en accord avec les valeurs du Grand Site

### EN SAVOIR PLUS

[www.puymary.fr](http://www.puymary.fr)

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands Sites ?" - Charte européenne du tourisme durable, 2013, page 54
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Place et organisation des activités commerciales dans les Grands Sites", 2011
- Actes des Rencontres 2009 "Valeurs universelles, Valeurs locales : pour qui, pour quoi un site est-il grand?" (co-éditeur ICOMOS) - Témoignage de Stéphane Serre - auberge Altaterra, page 206
- Rubriques "Développement économique et social" et "Tourisme durable" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)
- Portrait-vidéo de J-F. Petiot, hébergeur gîte-auberge La Boudio sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Jean Privat  
04 71 47 04 14 ou [contact@puymary.fr](mailto:contact@puymary.fr)

### AUTRE EXEMPLE DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°15 - Une offre de restauration concertée pour les randonneurs du Grand Site de France Massif du Canigó

vingt ans à peine que le tourisme "c'était fini", plusieurs structures très en phase avec l'esprit du Grand Site ont vu le jour. Elles rencontrent du succès non seulement sur la double saison été et hiver mais aussi sur le "hors

saison" permettant un équilibre économique viable, avec parfois des missions complémentaires telles que l'accompagnement rando ou la création d'animations.



Concert au café gourmand Alta Terra

### Soutenir et animer une communauté de professionnels

Pour créer des hébergements là où il n'y en avait pas ou plus, le Grand Site assume d'abord une mission d'ingénierie en partenariat avec les collectivités et les institutions compétentes. Situé dans le vaste PNR des Volcans d'Auvergne qui adhère à la charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés, le Grand Site organise un soutien allant jusqu'à des **formations destinées aux hébergeurs** sur des thèmes tels que la biodiversité, le paysage ou l'éco-responsabilité tout en transmettant des outils adaptés. Il contribue aussi à **renforcer la visibilité des structures d'accueil** dans le cadre de la charte pour la signalétique du PNR, adoptée et mise en œuvre par le Grand Site dans un souci de cohérence. Ensuite, il s'assure que les entrepreneurs privés restent dans l'esprit Grand Site en apportant son expertise, en **transmettant les valeurs du Grand Site**, par des formations, de la documentation

mise à disposition en lien avec les offices de tourisme qui assurent l'information et le conseil en séjour. Les hébergeurs qui jouent le jeu de la charte et des valeurs du Grand Site sont relayés sur son site internet. D'autres outils de communication "Grand Site de France" sont également à disposition des porteurs de projets : guide d'accueil, site Internet, etc. **L'hébergement éco-responsable est la pierre angulaire du tourisme durable** mais il ne peut se développer qu'à condition que la promesse du Grand Site de France soit au rendez-vous.

### Mots clés

Ambassadeurs du patrimoine, Dessaisonalisation, Hébergement écoresponsable, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Restauration, Signalétique, Valeurs du site

# Un point de vente collectif pour les producteurs du Grand Site de France Aven d'Orgnac

*Une grotte aux allures de cathédrale où foisonnent des milliers de cristallisations, au coeur d'un paysage méditerranéen de garrigue et de chênes verts, marqué par la présence de la préhistoire.*



Labellisé Grand Site de France en 2004, renouvellement en 2010

Département : Ardèche

Gestionnaire :  
Commune d'Orgnac L'Aven

Fréquentation annuelle :  
170 000 visiteurs

Superficie : 1 commune couvrant  
390 ha dont la totalité  
est en site classé

Mesures de protection et de gestion :  
Site classé loi de 1930

En 2004, alors que l'Aven d'Orgnac obtenait la labellisation Grand Site de France, la boutique présente sur le site fermait ses portes. Un collectif de producteurs locaux s'est alors constitué pour créer un point de vente collectif afin de proposer aux visiteurs des produits issus du terroir. Dix années plus tard, le point de vente est toujours là, à la satisfaction de tous.



Produits locaux vendus dans la boutique collective du Grand Site

À la frontière des départements du Gard et de l'Ardèche, le Grand Site de l'Aven d'Orgnac ouvre sur le monde souterrain, ainsi que sur la préhistoire. La grotte permet d'admirer de superbes concrétions, de découvrir à proximité un habitat préhistorique et de visiter la Cité de la préhistoire. En surface, le gestionnaire possède des bâtiments dont une boutique qui fut un temps

un magasin "classique" où les touristes pouvaient acheter des souvenirs... du monde entier ! Ce n'était pas ce qu'ils recherchaient et le magasin a dû fermer ses portes. Le site de l'Aven d'Orgnac, labellisé Grand Site de France en 2004, ne proposait plus alors à ses visiteurs qu'un café et un restaurant.

## Création du point de vente collectif

Les responsables du Grand Site se réjouissent d'être contactés pour un projet d'installation, en lieu et place de l'ancien magasin, d'un point de vente **animé par des producteurs locaux**. C'est à l'initiative de Geneviève Ragu, apicultrice aujourd'hui à la retraite, qu'est créée en 2005 l'association "Autour de l'Aven", qui réunissait sept producteurs désirant toucher leurs clients, sans intermédiaire. L'association loue le local à la commune et, avec l'aide de la Chambre d'agriculture,

se lance dans l'aventure.

La première année, le point de vente ouvre durant trois mois, de juillet à septembre. L'association propose du vin, du miel, des amandes, de la charcuterie, des fromages, de l'artisanat, des confitures... presque toujours produits par ses membres. Durant **cette phase-test**, afin de diversifier l'offre, des produits sont proposés en dépôt-vente. Il s'agit toujours de produits locaux, mais proposés à la vente par des producteurs qui ne souhaitent pas

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Palie l'absence de service et propose des produits locaux en accord avec les valeurs du Grand Site
- Transmet le caractère du terroir
- Renforce le lien entre visiteurs et habitants du territoire
- Favorise les circuits courts et génère de la plus-value pour l'économie locale

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Des productions locales de qualité et de saison, plus riches de sens
- Rencontre et échange facilité avec des agriculteurs et producteurs locaux
- Contribue à l'économie locale

### EN SAVOIR PLUS

[www.orgnac.com](http://www.orgnac.com)

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Place et l'organisation des activités commerciales dans les Grands Sites", 2011, table ronde "Comment créer une offre en lien avec l'identité du site?"
- Fil des Grands Sites "Quelle valorisation des produits locaux agricoles et artisanaux sur les Grands Sites?", 2010
- Fiche Mairie-conseils "Sur un site exceptionnel, une commune confie une boutique à des producteurs locaux", 2012
- Rubrique "Développement économique et social" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

### CONTACTS :

Geneviève Ragu, 04 75 37 78 83 ou [autourdelaven@free.fr](mailto:autourdelaven@free.fr)  
Joël Ughetto, 04 75 38 65 10 ou [infos@orgnac.com](mailto:infos@orgnac.com)

### AUTRE EXEMPLE DANS LES GRANDS SITES

Fiche n°14 - Une démarche de valorisation des produits locaux par l'Office de tourisme intercommunal du Grand Site de France Saint-Guilhem-le-Désert - Gorges de l'Hérault

s'investir dans l'association et tenir des permanences. La première saison est une réussite, très vite l'association réunit onze, puis douze producteurs et ils décident de ne plus assurer les dépôts ventes, préférant l'engagement des producteurs qui font vivre le point de vente par leur présence. Le point de vente collectif est aujourd'hui **pérenne, ouvert de mai à octobre compris**. Ces dernières années plusieurs départs en retraite ont été remplacés sans difficultés. Le résultat annuel

pour les producteurs s'élève à 120 000 € TTC, auquel il faut ajouter 8% pour les frais généraux. Geneviève Ragu, estime que "pour les producteurs des environs c'est un apport non négligeable ; je suis persuadée qu'il serait souhaitable de développer la vente directe dans tous les bassins de vie. C'est d'ailleurs ce qui est en train de se produire, nous ne sommes plus dans une "niche", comme c'était le cas il y a dix ans".



### L'incarnation de l'esprit Grand Site

Les visiteurs de l'Aven apprécient que des producteurs locaux, enracinés dans leur terroir, soient installés sur le site. Ils peuvent ainsi découvrir une autre facette du patrimoine. **Les producteurs qui les accueillent à tour de rôle** et leur font déguster leurs produits savent de quoi ils parlent. Ils connaissent parfaitement le territoire. Peu de boutiques existent dans cette zone rurale, et certains habitants viennent aussi s'approvisionner dans ce lieu. C'est un véritable plus, que les responsables du Grand Site apprécient à sa juste valeur. L'association "Autour de l'Aven" est en phase avec l'esprit qui anime

le Grand Site. Pour donner à vivre aux visiteurs une expérience dont ils se souviendront longtemps, il importe de leur permettre de **s'immerger dans un terroir**. En se remémorant leur visite, ils se rappelleront aussi d'une belle rencontre avec un pays et ceux qui le font vivre.

### Mots clés

Boutique, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Produits du terroir, Qualité (démarche), Valeurs du site

# Une démarche de valorisation des produits locaux par l'Office de tourisme intercommunal du Grand Site de France Saint-Guilhem-le-Désert - Gorges de l'Hérault

*Un village abritant une abbaye millénaire, au cœur d'un écrin de verdure situé entre monts, gorges et piémont languedocien, vaste zone agricole caractérisée par la culture de la vigne et de l'olive. Un lieu de ressourcement, d'éveil des sens et de spiritualité.*



Dans la Vallée de l'Hérault, sur le Grand Site de Saint-Guilhem-le-Désert - Gorges de l'Hérault, un Office de tourisme intercommunal gère des boutiques pas comme les autres. Ici le client de passage ne trouve pas les habituels objets "made in China" mais des produits du terroir souvent marqués "Entrez dans une vallée de légende". L'esprit du lieu habite les points de vente.



Poteries artisanales fabriquées sur le territoire

Dès 2004, la **compétence tourisme** est transférée à la communauté de communes de la Vallée de l'Hérault qui porte le projet Grand Site. L'Office de tourisme intercommunal (OTI) créé en 2005, sous forme associative se transforme en 2007 en EPIC<sup>1</sup>, où sont donc représentés élus

et socio-professionnels. En 2009, lorsque la Maison du Grand Site est ouverte au Pont du Diable, deux boutiques y sont installées, qui répondent à un cahier des charges précis.

## Le cahier des charges des boutiques

Les 5 points de vente gérés par l'Office de tourisme - ceux de la Maison du Grand Site, de la maison de la poterie de Saint-Jean-de-Fos, des communes de Saint-Guilhem-le-Désert et de Gignac - doivent respecter un cahier des charges, afin d'être conformes à l'éthique des Grands Sites : ils commercialisent essentiellement des **produits écoresponsables**, en favorisant les **circuits courts**, donc locaux, des **productions agricoles ou artisanales de qualité**. Exit les souvenirs fabriqués à l'autre bout du monde. Ils respectent certaines conditions d'achat et de vente, des critères de sélection, le type de contrat passé avec les fournisseurs... "Parce que nous ne sommes ni un Office de tourisme standard ni des boutiques classiques, nous jouons vraiment notre rôle de promotion des activités locales, explique Benoit Piquart, directeur de l'OTI. Quand nous vendons une bouteille de vin, nous

*parlons du producteur et encourageons nos clients à rencontrer le vigneron sur sa propriété".* Ce cahier des charges est **validé par un comité de direction comprenant les élus**. Il fait l'objet d'un **bilan annuel** et s'affine chaque année. Bien sûr, les boutiques répondent aussi à d'autres demandes des clients et on y trouve du Coca occitan et des chips... produites dans l'Hérault ! L'essentiel étant que l'OTI développe un **véritable partenariat avec des producteurs locaux** qui participent à la promesse du Grand Site pour le visiteur.

Pour Benoit Piquart, les boutiques ont pour fonction de **promouvoir l'artisanat et l'agriculture** de la Vallée de l'Hérault. Elles permettent de découvrir l'identité du territoire, sa diversité de production, son patrimoine, son histoire... Elles sont des étapes incontournables pour aller à la rencontre des acteurs locaux.

Labellisé Grand Site de France en 2010

Département : Hérault

Gestionnaire : Communauté de Communes de la Vallée de l'Hérault

Fréquentation annuelle : 650 000 visiteurs

Superficie : 5 communes, 10 000 ha dont 3 643 ha en site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000, éléments inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO

<sup>1</sup> Etablissement Public à Caractère industriel et Commercial

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Développe la vente de produits du terroir en lien avec les producteurs, créateurs, artisans
- Offre une alternative au "made in China" et favorise les circuits courts
- Stimule la créativité et l'innovation dans la production artisanale locale
- Renforce le lien entre visiteurs et producteurs
- Transmet les valeurs du site

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Une offre de souvenirs en lien étroit avec le site qui prolonge l'expérience de visite
- L'accès facilité aux artisans et aux producteurs locaux
- La contribution à l'économie locale

### EN SAVOIR PLUS

[www.saintguilhem-valleeherault.fr](http://www.saintguilhem-valleeherault.fr)

- Cahier des Charges "Boutique" de l'Office du tourisme intercommunal de Saint-Guilhem-le-Désert - Vallée de l'Hérault, 2015
- Manuel Qualité de l'Office du tourisme intercommunal de Saint-Guilhem-le-Désert - Vallée de l'Hérault, 2015
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Place et organisation des activités commerciales dans les Grands Sites", 2011
- Fil des Grands Sites n°6 "Quelle valorisation des produits locaux agricoles et artisanaux sur les Grands Sites ?"
- Rubrique "Développement économique et social" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Benoit Piquart  
04 67 57 58 83 ou [oti@saintguilhem-valleeherault.fr](mailto:oti@saintguilhem-valleeherault.fr)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°13 - Un point de vente collectif pour les producteurs du Grand Site de France Aven d'Orgnac
- Fiche n°15 - Une offre de restauration concertée pour les randonneurs du Grand Site de France Massif du Canigó

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Boutique, Office du tourisme, Produits du terroir, Qualité (démarche), Valeurs du site

## "Entrez dans une vallée de légende"

En 2009, l'Office de tourisme avait noué des liens avec une petite centaine de producteurs et créateurs, des socioprofessionnels investis dans la promotion de leur terroir et qui répondent au cahier des charges. En 2015, leur nombre a doublé.

Les vigneron de la Vallée de l'Hérault en constituent le tiers. Chacun a la possibilité de mettre en vente une bouteille dans la vinothèque de la maison du Grand Site. D'autres produisent des confitures, des produits dérivés de l'olive, des jus de fruits, du miel, des cosmétiques, des tisanes... qu'ils peuvent estampiller "Entrez dans une vallée de légende", la marque distinctive qui n'est utilisée que dans les boutiques de l'OTI. Pour une plus grande symbiose

entre le Grand Site et l'OTI, Laure Bené, chef de projet Grand Site de France, travaille en binôme avec Benoit Piquart afin de suivre les projets et les actions engagés, l'évolution de la fréquentation et les retombées économiques.

L'étude des retombées économiques a démontré que 7 visiteurs sur 10 ont effectué des dépenses dans le tissu économique local. Si l'on prend uniquement les réponses des touristes ce chiffre atteint 8 sur 10. Cela représente 6,2 millions d'euros (hors parking et hébergement) de volume global de dépenses. 64 % des achats réalisés par les boutiques de l'Office de tourisme sont faits sur le territoire de l'intercommunalité.

## Paysage et produits du terroir

L'entretien des paysages emblématiques du Grand Site de France rejoint aussi la commercialisation des produits du terroir. Laure Bené et Benoit Piquart ont travaillé de concert pour deux autres projets :

- La création de 3 hectares d'olivettes dans un secteur très visité, avec la mise à disposition des parcelles par fermage

après d'un oléiculteur bio, dont la production pourra être écoulee dans les boutiques du Grand Site,

- Une action similaire a vu le jour autour de la rénovation de 5 hectares de vignes, en lien avec la vinothèque de la Maison du Grand Site.

## Deux postes dédiés à cette politique

Une personne à l'OTI est en charge des produits à commercialiser. Elle est attentive aux nouvelles tendances, elle visite les salons professionnels en quête d'idées à partager avec les professionnels et les artisans d'art du territoire (céramistes, ferronniers, fabricants de cosmétiques, éditeurs...), pour stimuler leur créativité et innover, imaginer des nouvelles gammes de produits. La sélection des produits demande aussi beaucoup de diplomatie locale. Un

autre poste est spécifiquement dédié aux produits agricoles (vin, miel...) et à l'organisation de dégustations et d'événements autour des produits. Les boutiques sont aussi des lieux d'animation, de sensibilisation, qui accueillent et conseillent. Cette politique ancrée dans son territoire est promue sur le site web, par un programme d'animation avec des visites de lieu de production, des dégustations, etc.

## Les progrès possibles

L'idée maîtresse des élus est de renforcer la fréquentation du Grand Site en dehors de la haute saison touristique. En 2014, 40% des 650 000 visiteurs annuels viennent en juillet et août, et se concentrent sur les cinq communes du Grand Site. Afin qu'il en soit autrement, des visites de villages théâtralisés et des animations (musique, repas), dans la vallée se multiplient depuis 2010. Chaque année deux ou trois nouveaux villages participent à l'opération "Place au terroir". Durant l'été 2015, des manifestations culturelles qui réunissent visiteurs et habitants

des communes, se sont déroulées chaque semaine dans un village différent.

Des problèmes persistent, en particulier en matière d'hébergement. La proximité de Montpellier exerce une pression foncière qui décourage l'implantation de chambres d'hôtes ou de gîtes. Pourtant, renforcer l'offre, en dehors des campings, est nécessaire afin que les touristes prolongent leur séjour. L'ingénierie touristique est une science complexe à laquelle la dimension "Grand Site de France" donne un cap, c'est déjà beaucoup.

# Une offre de restauration concertée pour les randonneurs du Grand Site de France Massif du Canigó

*Cette haute montagne méditerranéenne située à 45km de la mer et dont le sommet culmine à 2 785m, est dominée par la forêt et l'élevage. Emblème de la catalanité, ce fut aussi un lieu important d'extraction du fer dans un passé récent.*



Labellisé Grand Site de France en 2012

Département : Pyrénées-Orientales

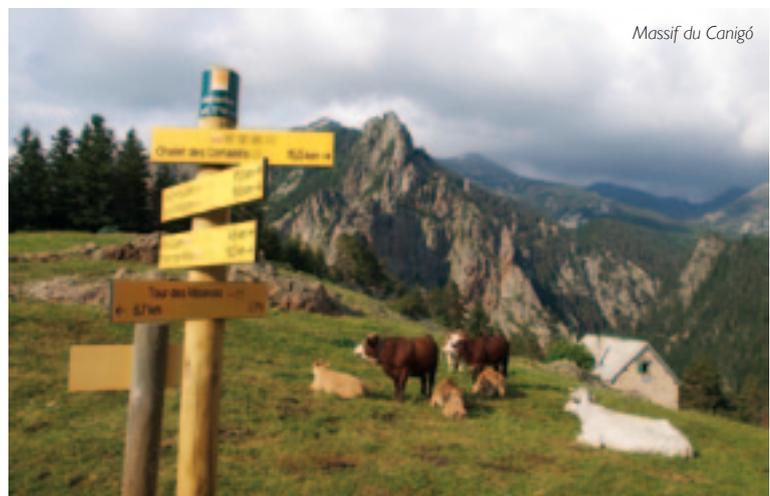
Gestionnaire : Syndicat Mixte Canigó Grand Site associant le Département, les communes et l'ONF

Fréquentation annuelle : 400 000 visiteurs

Superficie : 64 communes dont 39 labellisées Grand Site de France et 23 212 hectares en site classé.

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000, réserves naturelles et partiellement Parc Naturel Régional Pyrénées catalanes

Le Massif du Canigó est en train de devenir, sous l'impulsion du Grand Site de France, une éco-destination touristique majeure d'itinérance. Les randonneurs peuvent découvrir le massif de refuge en refuge. Une dizaine d'entre eux, dont cinq sont gardés de mi-mai à mi-octobre, balisent le "Tour du Canigó", itinéraire de 83 km. À partir de ce grand itinéraire, d'autres boucles pédestres complètent l'offre et maillent le territoire en appui sur les villages de piémont. Les refuges gardés proposent aux randonneurs des formules demi-pension et une restauration traditionnelle de qualité, enracinée dans son terroir. Les saveurs généreuses des spécialités catalanes participent de l'esprit de cette montagne.



Massif du Canigó

## De la ferme à la table

Fondue au fromage de brebis dégustée avec des pommes de terre accompagnées de charcuterie et de confit d'oignons, "boles de Picoulat" ou boulettes de viande, mélange de porc et de bœuf, servies avec une ratatouille maison, assiette végétarienne... Les refuges du Grand Site souhaitent offrir une cuisine concoctée à base de produits issus du terroir local.

"Notre but, explique Thomas Dulac, gardien du refuge des Cortalets, c'est de proposer des demi-pensions à la fois peu chères et de qualité. Les randonneurs doivent avoir le repas du soir, la nuitée et le petit déjeuner pour 40 ou 45 €. Nous ne pouvons pas garantir que tous nos produits sont issus de l'agriculture biologique, par exemple le fromage bio reste onéreux. Néanmoins, le pain provient de deux boulangeries de la vallée, le café d'un torréfacteur perpignanaise, et tous deux sont issus de l'agriculture biologique. La

plupart de nos légumes et de nos fruits sont certifiés "bio" et viennent d'exploitations agricoles à proximité." Le refuge des Cortalets produit également sa bière. Pour Thomas Dulac, la provenance des produits cuisinés, la façon dont ils ont été produits participent de l'esprit du lieu. C'est tout à fait dans la philosophie des Grands Sites de France d'expliquer au client de quelle ferme vient ce qu'il consomme. Les randonneurs viennent au refuge pour ses paysages uniques, les prestations se doivent d'être à la hauteur. Et l'agriculture et l'élevage jouent un rôle de premier plan pour le maintien de la qualité des paysages dans les Grands Sites.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Propose des produits de qualité en accord avec le lieu
- Renforce le lien entre les visiteurs et les productions locales qui parlent du lieu
- Soutient une agriculture locale et durable qui participe au maintien des paysages
- Favorise l'économie locale et les emplois
- Favorise un développement soutenable et une démarche éco-responsable

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Offre l'assurance de ne pas trouver le même menu à chaque étape de l'itinérance
- La cuisine comme passeur de sens et comme un moyen de vivre et de découvrir un GS
- Découverte des productions locales
- La rencontre entre un territoire et ses acteurs, la transmission des valeurs renforcée

### EN SAVOIR PLUS

[www.canigo-grandsite.fr](http://www.canigo-grandsite.fr)  
[www.montourducanigo.com](http://www.montourducanigo.com)  
[www.gite-refuge-batere.com](http://www.gite-refuge-batere.com)  
[www.cortalets.com](http://www.cortalets.com)  
[www.refugedemariailles.fr](http://www.refugedemariailles.fr)  
[www.refugesantguillem.com](http://www.refugesantguillem.com)  
[www.refugi-lesconques.com](http://www.refugi-lesconques.com)

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Place et l'organisation des activités commerciales dans les Grands Sites", 2011
- Revue Espaces n°109 "Mise en découverte des espaces et sites naturels", 2011
- Rubrique "Développement économique et social" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Thomas Dulac, Gardien du refuge des Cortalets  
04 68 96 36 19 ou [cortalets@yahoo.fr](mailto:cortalets@yahoo.fr)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°13 - Un point de vente collectif pour les producteurs du Grand Site de France de l'Aven d'Orgnac
- Fiche n°14 - Une démarche de valorisation des produits locaux par l'Office de tourisme intercommunal du Grand Site de France Saint-Guilhem-le-Désert - Gorges de l'Hérault

## Un réseau de refuges

Le refuge des Cortalets, construit en 1899 par le Club alpin français, est le doyen des refuges gardés du Canigó. Il totalise 4 800 nuitées par an. A ses côtés, quatre autres refuges gardés complètent l'offre d'hébergement d'altitude du Canigó: Mariailles, Batère, Sant Guillem et les Conques. Tous travaillent en bonne intelligence. Afin que le même repas ne soit pas servi tous les jours aux randonneurs, comme ce fut trop longtemps le cas, ils se coordonnent sur les menus, se renvoient les clients,

ajustent leurs périodes d'ouverture et envisagent même de partager un agenda commun. Les gardiens sont également partenaires du Syndicat Mixte qui gère le Grand Site et sont sensibilisés aux enjeux environnementaux. La montagne porte encore les traces de vingt siècles d'exploitation minière qui avaient fait disparaître tous les boisements... Depuis, la préservation des espaces naturels est l'affaire de tous.



Les gardiens du réseau de refuges du Canigó

## Une situation propice

Le Conseil départemental a réalisé un important travail de balisage des sentiers et de plus en plus de randonneurs montent aux refuges à pied. Le gestionnaire du Grand Site a mis en place une régulation des flux de véhicules motorisés, qui montaient jusqu'il y a peu encore, au cœur du site. Aujourd'hui la piste reste très pratique pour un usage professionnel. Tous les refuges gardés du Canigó restent accessibles en 4x4 pour les gestionnaires, c'est ce qui permet aux gardiens de s'approvisionner facilement en produits frais. C'est une chance, car ailleurs de nombreux refuges ne peuvent être ravitaillés qu'à

dos d'âne ou en hélicoptère. Une utilisation raisonnée de la voiture permet d'offrir aux randonneurs des prestations de qualité tout en préservant un cadre exceptionnel. L'entente entre les refuges et les efforts réalisés depuis plusieurs années sur l'origine des produits servis à table ou dans les paniers pique-nique pourraient être inspirant pour de nombreux lieux de restauration classiques et concurrentiels dans les Grands Sites.

### Mots clés

Concertation, Hébergement écoresponsable,  
Partenariat avec les acteurs privés du tourisme,  
Produits du terroir, Qualité (démarche), Restauration,  
Valeurs du site

# Une offre touristique reflétant l'identité du Grand Site de France Bibracte - Mont Beuvray

*Vestige enfoui d'une ville gauloise importante au 1<sup>er</sup> siècle avant J.-C., Bibracte est aujourd'hui un haut lieu de l'archéologie. Il est situé sur le Mont Beuvray, sommet emblématique du Morvan ; les "queules", ces hêtres aux formes tourmentées créent une ambiance intime et mystérieuse à la forêt qui l'entoure.*



Labellisé Grand Site de France depuis 2007, renouvellement en 2014

Départements : Nièvre et Saône-et-Loire

Gestionnaire : Etablissement public de coopération culturelle de Bibracte dont les membres sont le Parc Naturel Régional du Morvan, l'Etat, la Région Bourgogne-Franche-Comté, les départements de la Nièvre et de la Saône-et-Loire, le Centre des Monuments Nationaux, le Centre National de la Recherche Scientifique.

Fréquentation annuelle : 90 000 visiteurs environ sur le site, dont 40 000 au musée

Superficie : 3 communes, 900 ha dans 1 478 ha de site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Monument Historique, Natura 2000, Parc Naturel Régional

Au cœur du Morvan, Bibracte est un site exemplaire de la première urbanisation de l'Europe il y a 2000 ans. Cette ville, qui comptait alors 10 000 habitants, fut un centre religieux, politique et économique de premier plan. Aujourd'hui, c'est un lieu original, associant trois composantes complémentaires : un site archéologique enfoui sous la forêt, un centre de recherche et un musée d'archéologie, tous trois gérés par le même établissement public. En plus de la préservation du site et de la recherche, sa vocation est d'être un lieu de médiation culturelle qui accueille le grand public et les scolaires.



Expérimentation de la cuisine gauloise à Bibracte

## Un projet scientifique intimement lié à un projet d'accueil et de médiation

Le projet de mise en valeur est construit autour d'un programme culturel, scientifique et paysager; qui en est l'élément fondateur et le pilier: Le centre de recherche, situé à 5 km du champ de fouille, accueille chaque année plusieurs centaines de chercheurs et d'étudiants en archéologie (entre 700 et 800). La gouvernance du projet s'appuie fortement sur un conseil scientifique et développe une vraie gestion intégrée du lieu patrimonial avec les différents partenaires de l'Etat

(Culture et Environnement) et les partenaires territoriaux (PNR du Morvan, collectivités, etc.).

L'enjeu est de reconstituer l'histoire du lieu à partir des traces que chaque génération a laissé dans le sol. Les résultats de ces recherches nourrissent le contenu du musée et les activités des médiateurs (guides, animateurs) dans leurs relations avec les visiteurs.

## Le paysage pour révéler l'invisible

Le paysage est l'autre point fort du Mont Beuvray. Les Gaulois l'avaient choisi parce qu'il est un des plus hauts sommets du Morvan. La colline boisée présente une ambiance et une aura très particulière liées au sous-sol qui recèle et révèle les vestiges d'une ville gauloise enfouis sous une forêt séculaire. En 2004, Claude Chazelle, architecte paysagiste,

conçoit un plan de gestion de la forêt à long terme (un siècle). L'objectif est de faciliter la lecture du site en "sculptant" le boisement. Tout en créant des éclaircies afin de permettre aux archéologues de travailler, la gestion paysagère met en valeur le rempart, la rue principale, l'implantation des quartiers... Elle veille à révéler les motifs paysagers du site classé.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Renforce la gestion durable du site par l'intégration d'actions à caractère scientifique, culturelle et touristique, qui se nourrissent mutuellement
- Donne les clés de découverte du site sous ces différentes facettes à partir d'un fil conducteur
- Suscite l'intérêt pour l'archéologie
- Évite une offre et un message standardisés
- Transmet les valeurs du site
- Contribue au développement territorial : passer de 2 à 6h de visite pour engendrer une nuitée
- Redynamise le territoire en faisant du projet Grand Site un projet pilote partagé avec le Parc Naturel Régional et les collectivités

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Des clés très riches et diversifiées de découverte et de compréhension du site
- Une initiation à l'archéologie et aux fouilles proposée
- Les valeurs du site sont au cœur de l'expérience de visite ou de séjour

### EN SAVOIR PLUS

[www.bibracte.fr](http://www.bibracte.fr)  
[www.destifute.fr](http://www.destifute.fr)

- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands sites ?", 2013
- Fil des Grands Sites "Les outils numériques au service de l'interprétation des sites et territoires patrimoniaux", 2014
- Rubrique "Tourisme durable" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACTS :** Vincent Guichard et Laïla Ayache  
03 85 86 52 35 ou [info@bibracte.fr](mailto:info@bibracte.fr)

## L'expérience de visite proposée

L'expérience de visite se fait le long d'un parcours de découverte, fil conducteur de l'interprétation des lieux. Et c'est bien le projet culturel et scientifique qui oriente les dispositifs de médiation et le parti-pris de l'expérience proposée au visiteur ; mieux, c'est le résultat du travail des archéologues qui nourrit le renouvellement permanent du propos et réduit ainsi les surcoûts induits par le nécessaire renouvellement de l'offre touristique. L'histoire du lieu est évoquée dans le musée situé à l'entrée du site, conçu

comme un véritable centre d'interprétation. Si l'expérience est d'abord cognitive dans le musée, elle est aussi sensorielle tout le long du parcours connecté avec les fouilles et les vestiges sous la forêt. La trame narrative basée sur les connaissances scientifiques en lien avec le paysage et l'histoire du lieu, fait la force de l'interprétation auprès des visiteurs. Le lien immédiat entre savoirs et immersion au cœur du paysage renforce l'expérience proposée.

## Des outils de médiation intégrés

Les outils de médiation installés en extérieur sont en harmonie avec le lieu ; ils ne le banalisent pas. Une grande attention a été apportée à la qualité du discours, à l'originalité des dispositifs, à la qualité du graphisme, à l'implantation des dispositifs... "Il faut veiller à ne pas (sur)équiper un lieu qui parle par lui-même aux sens, les outils de médiation doivent contribuer à l'attachement des visiteurs au lieu, c'est à dire mettre en avant et laisser place à "l'esprit des lieux", explique Vincent Guichard, directeur.

La boîte à outils de la médiation s'est enrichie avec l'arrivée des technologies numériques. Celles-ci (objets, maquettes, dispositifs audiovisuels...) permettent de nouvelles approches mais toujours au service des valeurs du lieu. Par ailleurs, la diversification des

outils de médiation ne supplée pas l'échange humain. Sur le site de Bibracte, un programme d'animations très varié est proposé aux scolaires, aux touristes comme aux habitants les plus proches (chantier de fouilles, ateliers de cuisine gauloise, intervention land art, exposition temporaire, visite contée...). Par exemple, de mai à septembre, durant la haute saison touristique, les visiteurs accueillis par 18 guides-animateurs peuvent voir les archéologues travailler, tout en découvrant un paysage naturel exceptionnel. La possibilité de maintenir une activité de guidage de haute qualité, dans un contexte réglementaire de plus en plus contraignant, est une préoccupation majeure de l'équipe de direction de l'établissement.

## Des services qui prolongent l'expérience de visite

Situé à plusieurs dizaines de kilomètres d'un centre urbain, les services proposés sont essentiels. Ils ont été pensés pour participer eux aussi fortement à l'expérience de visite. A ce titre, ils sont considérés avec la même exigence que les outils de médiation, en contribuant autant que possible à l'émotion et à la compréhension du lieu. Ainsi la boutique et ses produits qualitatifs prolongent l'expérience après-visite (lire un livre en rapport avec le site ou partager son expérience avec des proches à partir d'un objet en lien étroit avec le site). Au "Chaudron de Bibracte", la restauration thématique prolonge l'expérience vécue avec un menu gaulois réalisé sur place et consommé dans une ambiance

qui renvoie à cette civilisation. Comme le souligne Vincent Guichard : "La "chose culinaire" est le meilleur outil de médiation que l'on puisse imaginer, parce qu'elle mobilise tous les sens et provoque la convivialité".

"En parvenant à valoriser un projet scientifique, culturel et paysager nous avons démontré son intérêt touristique", constate Laïla Ayache, conservatrice du musée. Ainsi sans se perdre dans une offre pléthorique et désincarnée, dans laquelle le visiteur a souvent du mal à s'y retrouver, le Grand Site de France a su développer une offre large valorisant plusieurs facettes du site tout en restant attaché aux valeurs et à la spécificité des lieux.

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Boutique, Gouvernance locale, Interprétation du patrimoine, Label tourisme et handicap, Restauration, Valeurs du site

# Sensibiliser au patrimoine naturel et culturel dans les Gorges du Gardon

*Des gorges calcaires creusées dans un plateau de garrigue méditerranéenne exceptionnellement préservée, à proximité immédiate du Pont du Gard et aux portes de la frange urbanisée du littoral méditerranéen.*



Grand Site de France en projet

Département : Gard

Gestionnaire : Syndicat Mixte des Gorges du Gardon associant 10 communes et le Département

Fréquentation annuelle :  
450 000 visiteurs

Superficie : 12 communes,  
20 571 ha dont  
7 760 ha de site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000, Réserve de biosphère de l'UNESCO, Arrêtés préfectoraux de protection de biotope (APPB),...

Au sein d'une équipe d'une quinzaine de personnes, deux animateurs nature consacrent leur temps à la sensibilisation du grand public et des scolaires. A l'époque où les applications mobiles se développent à vive allure, le Grand Site privilégie la découverte sensible et vivante, qui doit conduire le visiteur, adulte ou enfant, à **prendre conscience de son environnement et à le respecter**. Chaque année, près de 2500 enfants sont sensibilisés aux questions éco-environnementales des Gorges.



Observation du castor dans les Gorges du Gardon

## Diversité de l'offre et des publics touchés

Le Syndicat Mixte concentre ses efforts **sur les écoles des 12 communes du territoire**. Chaque école a droit à neuf demi-journées d'intervention d'un animateur nature. Au-delà de ce "premier cercle", les animateurs interviennent également **sur une vingtaine de communes alentours**. La majeure partie des animations a lieu dehors, sur site ; mais il peut y avoir des exceptions, comme pour deux établissements nîmois qui accueillent des personnes atteintes de handicaps mentaux.

Lorsqu'ils travaillent avec les publics scolaires, les animateurs nature bâtissent un **projet pédagogique avec les enseignants**. Ils évaluent ensemble leurs objectifs et construisent le fil pédagogique qui va relier par exemple, la visite d'une cavité dans laquelle nichent des chauves-souris et la production, par les enfants, d'un document ou d'une présentation personnelle. Par ailleurs ils utilisent aussi l'atelier pédagogique propre aux Grands Sites, "Dans les coulisses du Grand Site des Gorges du Gardon". (cf. En savoir plus).

## Nature et culture

**Au public adulte**, composé de familles habitant le territoire à 55 % ou venant en vacances, il est proposé **une programmation annuelle**. On y trouve des événements thématiques comme la Nuit internationale de la chauve souris, des sorties sur les traces de la préhistoire, ou encore des visites insolites comme des sorties à la tombée de la nuit à la rencontre d'une espèce emblématique, le castor. Les randonnées permettent aussi des boucles de cinq à douze kilomètres qui pénètrent au cœur du Grand Site et révèlent des paysages exceptionnellement

préservés. Les événements locaux, nationaux ou européens viennent aussi ponctuer ce programme d'animation comme "Avril en balade" organisé par le Pays Uzège Pont du Gard, le festival du conte d'Uzès, la Nuit de la chouette, les Journées européennes du patrimoine, la Fête de la nature, etc. Plus récemment, des stages très prisés de restauration de murets en pierres sèches furent proposés aux habitants et amateurs, pour inciter les particuliers à utiliser cette technique ancestrale aux multiples vertus paysagères et écologiques.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Transmet les valeurs du site et donne une chance à chacun de les percevoir
- Suscite l'intérêt pour les richesses et leur protection
- Mobilise les habitants et acteurs du territoire

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Des clés facilement accessibles et diversifiées de découverte du site
- Une expérience personnelle et enrichissante du lieu
- Un patrimoine vivant

### EN SAVOIR PLUS

[www.gorgesdugardon.fr](http://www.gorgesdugardon.fr)

- Revue Espaces n°109, article "Dans les Grands Sites, des ateliers sur le paysage destinés aux enfants", 2011
- Bergerie pédagogique de Collias dans les Gorges du Gardon : [www.caue30.fr](http://www.caue30.fr)
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands Sites ?", 2013
- Rubrique "Accueil du public" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACTS :** Lise Pertuisel et Sébastien Hadiouche  
04 66 03 62 59 ou [l.pertuisel@gorgesdugardon.fr](mailto:l.pertuisel@gorgesdugardon.fr) ;  
[s.hadiouche@gorgesdugardon.fr](mailto:s.hadiouche@gorgesdugardon.fr)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°16 - Une offre de découverte reflétant l'identité du site sur le Grand Site de France Bibracte-Mont Beuvray
- Fiche n°18 - Les enfants ambassadeurs de la Dune du Pilat
- Programme d'animations du Cap d'Erquy-Cap Fréhel : [www.grandsite-capserquyfrehel.com](http://www.grandsite-capserquyfrehel.com)
- Programme d'animations du Grand Site de France Solutré Pouilly Vergisson : [www.solutre.com](http://www.solutre.com)
- Programme d'animation du Grand Site de France Bibracte-Mont Beuvray : [www.bibracte.com](http://www.bibracte.com)

Le Grand Site a intégré l'histoire de l'occupation humaine comme clé de compréhension de ce territoire, de son paysage et de son patrimoine culturel très riche. Ce positionnement entre nature et culture renouvelle les animations. Le Grand Site vient de construire

une bergerie avec deux fonctions : un véritable usage agricole par un éleveur dont le troupeau entretient ainsi le paysage et un espace pédagogique, agréé pour recevoir du public dans le cadre de visite.

### La médiation culturelle comme approche globale

Les animateurs nature profitent du moment particulier où chacun est disponible pour sensibiliser leurs visiteurs. "Nous partons du principe que pour protéger quelque chose il faut l'aimer, explique Sébastien Hadiouche, animateur nature. Et pour l'aimer, il faut une rencontre émotionnelle avec le lieu. Nous conduisons nos visiteurs dans des lieux pour des expériences hors du commun afin qu'ils se souviennent de ce qu'ils ont ressenti et vécu". L'esprit Grand Site, c'est cette rencontre, toujours très personnelle, avec le paysage issu de l'action de l'homme. Lise Pertuisel, animatrice nature, précise "Nous sommes là pour donner les clés nécessaires pour comprendre ce territoire. Il est beau mais également fragile". Le savoir-faire des animateurs nature consiste souvent à laisser les visiteurs s'approprier les lieux en y projetant leur histoire

personnelle, un souvenir, une anecdote. Ils parviennent ainsi à créer une atmosphère qui permet aux visiteurs de passer un bon moment en recréant un lien direct avec ce patrimoine. La médiation humaine directe reste l'un des meilleurs moyens pour initier et sensibiliser aux valeurs portées par le Grand Site. En complément, la Maison du Grand Site qui a ouvert ses portes en 2015, accueille, renseigne les visiteurs et donne les clés d'entrée de ce territoire. Des panneaux à l'entrée des chemins les plus fréquentés et le cartoguide très complet des Gorges du Gardon viennent compléter le dispositif de médiation. Dans le futur, des panneaux avec flash code renvoyant sur du contenu lié au patrimoine naturel et culturel sont envisagés pour être implantés sur les parkings des portes d'entrée.

### Les habitants, hôtes du territoire

C'est ce programme d'animation qui propose une expérience unique aux visiteurs que le Syndicat Mixte a voulu partager avec les quatre Offices de tourisme (OT) et les hébergeurs qui sont autant de "portes d'entrée" sur les Gorges du Gardon. Depuis 2013, les animateurs nature réunissent les professionnels du tourisme sur un des sites emblématiques des Gorges et leur expliquent toutes les activités proposées aux visiteurs. Le Grand Site a réussi à mobiliser des professionnels au contact des touristes, qu'ils soient hébergeurs, organisateurs d'activités de pleine nature, restaurateurs ou même agriculteurs. Les personnels des OT ont été convaincus et un réseau de greeters (habitants hôtes) a été mis en place par l'office du tourisme du Pont du Gard, pour créer du lien entre habitant, touriste et territoire. Une nouvelle mission vient d'émerger

au Syndicat Mixte, celle de faire le lien entre les professionnels du tourisme, l'esprit des lieux et les animations sur le territoire pour un meilleur relais auprès des visiteurs.

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Ambassadeurs du patrimoine, Education à l'environnement et au développement durable, Formation des socioprofessionnels, Handicap, Interprétation du patrimoine, Office du tourisme, Promotion touristique, Tourisme de nature, Valeurs du site

# Les enfants ambassadeurs de la Dune du Pilat

*A l'embouchure du Bassin d'Arcachon, la Dune du Pilat, plus haute dune d'Europe, doit sa renommée à ses dimensions hors normes et au panorama exceptionnel qu'elle offre à son sommet sur l'océan, le bassin d'Arcachon et la forêt.*



Grand Site de France en projet

Département : Gironde

Gestionnaire : Syndicat Mixte de la Grande Dune du Pilat associant la Région Nouvelle-Aquitaines, le Département et la commune de La Teste de Buch

Fréquentation annuelle : 1,9 million de visiteurs concentrés sur la Dune

Superficie : incluse dans un site classé de 6 875 hectares

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, loi littoral, site inscrit

Phénomène géomorphologique exceptionnel, au cœur d'une des régions les plus touristiques de France, la Dune du Pilat a depuis longtemps un exceptionnel pouvoir de séduction ; sa renommée a engendré la création, l'installation au fil des ans, d'équipements, de services touristiques et commerciaux qu'il faut sans cesse contenir et repenser afin qu'ils ne nuisent à la beauté du lieu. Tâche ardue à laquelle le Syndicat Mixte du Grand Site œuvre chaque jour. Constatant que la plupart des visiteurs repartent sans avoir vraiment mesuré l'intérêt patrimonial et historique de ce Grand Site, il est confronté à un défi : comment, au cœur d'un flux extrêmement dense, jusqu'à 15 000 visiteurs par jour en été, faire percevoir la singularité et la richesse de ce site protégé ? Ont été développées des actions culturelles et pédagogiques à destination des visiteurs mais aussi des habitants pour qu'ils redécouvrent leur site.



Atelier enfant "Dans les coulisses d'un Grand Site" sur la Dune du Pilat

## "Dans les coulisses du Grand Site de la Dune du Pilat"

Parmi ces actions de médiation : faire des enfants les ambassadeurs du site naturel. Sortie scolaire par excellence, il n'existait pas d'outil qui permette aux enseignants de prendre la mesure patrimoniale, géologique ou paysagère du site, ni de donner à comprendre aux jeunes enfants sa fragilité, son écosystème, son utilité entre terre et mer, son impact sur les populations vivant dans son influence.

Afin d'apporter une valeur ajoutée à la visite des jeunes enfants, le Syndicat Mixte de la Grande Dune du Pilat a développé un concept **d'atelier pédagogique** conçu par l'association CitéMômes à la demande du Réseau des Grands Sites de France, **adaptable à chaque Grand Site**. "Dans les coulisses de..." est une allégorie ludique et pleine de l'esprit

du Grand Site. L'animateur place des **"boîtes à secrets"** autour d'un arbre totem, porteur de clés permettant de les ouvrir. Ces boîtes renferment des objets liés à la Dune. Ces objets symboliques, transmis par des acteurs du Grand Site sont souvent liés à une histoire humaine. Ils servent à amorcer des échanges et des récits sur le paysage, la faune, la flore, l'histoire de la dune et de ses environs, les hommes, l'économie, le Grand Site... "Nous pouvons actualiser nos contenus en permanence, se réjouit Louise Poupin, chargée de mission patrimoine. C'est un outil très adaptable et facilement transportable".

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Transmet les valeurs du site dans un contexte de fréquentation du très grand nombre
- Permet d'aller au delà de l'image carte postale et réductrice
- Donne du sens à la visite
- Renforce le rôle d'ambassadeur des participants à l'atelier enfants

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Une offre de contenu, des clés de découverte et d'émerveillement
- Des activités qui enrichissent la visite
- Un site où l'on peut apprendre de façon ludique et adapté à tous publics

### EN SAVOIR PLUS

[www.ladunedupilat.com](http://www.ladunedupilat.com)  
[citemomes.fr](http://citemomes.fr)

- Revue *Espaces* n° 109, article "Dans les Grands Sites, des ateliers sur le paysage destinés aux enfants", 2011
- Revue *Espaces Naturels* n° 42, article "Dans les coulisses de la Dune du Pilat", 2013
- Rubrique "Accueil du public" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Louise Poupin  
05 56 22 81 22 ou [missionculture@ladunedupilat.com](mailto:missionculture@ladunedupilat.com)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Les maisons de site sur le Grand Site de France Puy Mary-Volcan du Cantal
- Le programme des animations dans les Gorges du Gardon

## Les ambassadeurs du site



Ludique, gratuit et éveillant la curiosité... l'atelier enfant a séduit le Syndicat Mixte qui commence à l'utiliser en 2011 avec les **écoles du Bassin d'Arcachon et du Val de l'Eyre**. A l'issue des ateliers, les enfants reçoivent une carte d'ambassadeur du site, un rôle qu'ils prennent très au sérieux. Grâce à la confiance que l'on met en eux, la perception du site change. Très vite l'atelier s'ouvre **aux enfants de la France entière** qui visitent le site tout au long de l'année. En 2014, une centaine de classes a été accueillie, soit **2 500 enfants**. La durée de l'atelier est d'une heure, souvent **suivie par une lecture de paysage**. L'animateur accompagne la classe en crête de

dune et reprend, sous un autre angle, le fil de l'atelier.

En 2015, à la demande des enseignants qui souhaitaient pouvoir approfondir la visite dans leurs classes, un **"kit découverte"** est mis au point pour les enfants de 3 à 6 ans et de 7 à 12 ans. Le kit contient un livret enseignants, un livret enfants, des photos, des objets... tout ce qu'il faut pour se remettre dans l'ambiance et pour aller plus loin. Les livrets sont également disponibles en téléchargement sur le site Internet de la Dune pour les classes qui désirent s'en servir afin de préparer leur visite.

## Scolaires, familles individuelles, estivants, promeneurs occasionnels... des approches sur mesure

Si l'atelier a largement séduit le public scolaire, il est perçu différemment par le public familial qui fréquente le site. Pressées d'aller gravir la dune, les familles de vacanciers ne prennent pas le temps de s'arrêter une heure à l'espace d'information et d'animation. Pour tenter de **sensibiliser les familles avant** l'approche du site, le Syndicat expérimente, depuis mai 2015, un jeu de l'oie en format géant, une sorte de Quizz qui permet de découvrir rapidement le site avant de le gravir. Pour le public estival, le Syndicat organise également des visites à la carte et bâtit un **programme d'animation spécifique**. Il permet d'accéder à la Dune avec une approche différente de la visite traditionnelle, en randonnée à la journée, à travers l'archéologie et l'histoire, au cours d'une soirée au coucher du soleil... Autre moyen de capter l'intérêt des visiteurs :

un animateur nature reste posté en crête de dune, muni d'une longue vue, il répond aux questions et engage le dialogue. Il intervient à la demande, sans s'imposer, veillant à ce que le visiteur construise un récit en lien avec sa propre perception, celle qui le touchera véritablement.

**Au cœur d'une fréquentation de grand nombre**, le Syndicat adapte ses outils sans perdre le cap : proposer au public qui le souhaite des outils d'interprétation pour découvrir réellement la Grande Dune du Pilat dans toutes ses dimensions, sa nature, son histoire et son avenir car la Dune bouge et, inexorablement, engloutit chaque année un peu plus la forêt...

### Mots clés

Accueil des visiteurs, Ambassadeurs du patrimoine, Interprétation du patrimoine, Valeurs du site

# Une promotion mutualisée du territoire pour le Grand Site de France Bibracte - Mont Beuvray

*Vestige enfoui d'une ville gauloise importante au I<sup>er</sup> siècle avant J.-C., Bibracte est aujourd'hui un haut lieu de l'archéologie. Il est situé sur le Mont Beuvray, sommet emblématique du Morvan ; les "queules", ces hêtres aux formes tourmentées donnent une ambiance intime et mystérieuse à la forêt qui l'entoure.*



Labellisé Grand Site de France depuis 2007, renouvellement en 2014

Départements : Nièvre et Saône-et-Loire

Gestionnaire : Etablissement public de coopération culturelle de Bibracte dont les membres sont le Parc Naturel Régional du Morvan, l'Etat, la Région Bourgogne-Franche-Comté, les Départements de la Nièvre et de la Saône-et-Loire, le Centre des Monuments Nationaux, le Centre National de la Recherche Scientifique

Fréquentation annuelle : 90 000 visiteurs environ sur le site dont 40 000 au musée

Superficie : 3 communes, 900 ha dans 1 478 ha de site classé

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Monument Historique, Natura 2000, Parc Naturel Régional

Située au sommet du Mont Beuvray, la ville gauloise de Bibracte édifée au I<sup>er</sup> siècle avant notre ère fut abandonnée lors de la construction d'Autun, qui devint alors la capitale gallo-romaine des Éduens. Le site a fait partie du programme des grands projets présidentiels des années 80, comme la Grande Arche et l'Opéra Bastille à Paris ou comme le Marais poitevin. Cela s'est traduit par la création du Centre archéologique européen et du musée de Bibracte qui associent recherche, conservation, médiation et valorisation d'un territoire rural, situé à l'écart des grands axes et d'autres lieux de visites connus. La difficulté consiste à **mettre en réseau l'offre touristique dispersée** d'un territoire vaste, de très faible densité, et disposant de peu de moyens. Les acteurs touristiques ont pris l'habitude de travailler ensemble et de mettre en commun leurs ressources.



Rencontre sur le Grand Site de France Bibracte-Mont Beuvray

## Mutualiser la promotion

Depuis de nombreuses années, tous les acteurs du tourisme du Morvan (offices de tourisme et prestataires) ont pris l'habitude de se retrouver une fois par an, au début du printemps, pour mettre en commun leur documentation promotionnelle et pour en organiser collectivement la diffusion. Une idée simple, qui ne coûte pas cher, mais encore fallait-il passer à l'acte ! Ces **"bourses d'échanges"** permettent aussi aux uns et aux autres de mieux se connaître et d'avoir une **vision globale de l'offre du territoire**.

Le territoire a été divisé en secteurs où un des prestataires assure la distribution des dépliants de tous, dans les hébergements, les commerces, les lieux de visite, du secteur dont il a la charge. Un système qui fonctionne très bien, limite les coûts et les temps de déplacements. Ces tournées sont aussi l'occasion pour l'équipe de Bibracte de connaître tous les prestataires de son secteur (le Sud Morvan), d'être à l'écoute de leurs projets, suggestions et besoins et de faire connaître les actualités du site et du territoire.

## Mettre les sites patrimoniaux en réseau

Pour aller plus loin, quatre sites archéologiques : Bibracte, Autun, Alésia et Vix, ont mis en place en 2012 un **"Pass archéo"**. Le principe est simple, le billet d'entrée sur l'un des sites permet d'accéder aux autres à prix réduit. *"Le pass est un bon outil de communication, explique Laïla Ayache, conservatrice du musée de Bibracte, mais il a ses limites. Alésia est à deux heures et demie de route du Mont Beuvray, c'est trop loin pour que nous bénéficions d'un report significatif de fréquentation."*

Le lien Bibracte-Autun est plus simple. Depuis 2010, **une navette** a été mise en place par la SNCF du 14 juillet au 15 août. Des brochures sont éditées en commun par les deux sites et les offices de tourisme ne manquent pas de souligner la continuité historique qui lie les deux cités. D'autres projets collectifs sont en cours, comme **la Galerie numérique**, portée par le Parc Naturel Régional du Morvan, qui entend faire entrer les musées du territoire dans l'ère du numérique et les relier par ce biais.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Dynamise des acteurs locaux et travaille en réseau entre acteurs culturels et touristiques
- Mutualise les moyens pour une communication commune sur des produits touristiques et améliore la lisibilité de la destination (au-delà des limites administratives)
- Implique les acteurs économiques dans le projet Grand Site et fait évoluer l'initiative privée en résonance avec la démarche Grand Site
- Redynamise le territoire

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Une offre locale bien mieux connue et accessible
- Accès à une information basée sur l'humain et le partage d'expérience avec les locaux

### EN SAVOIR PLUS

- [www.bibracte.fr](http://www.bibracte.fr)
- Hébergements et loisirs dans le Morvan : [www.destifute.fr](http://www.destifute.fr)
- Actes des Rencontres du Réseau des Grands Sites de France "Quel tourisme dans les Grands sites ?", 2013
- Fil des Grands Sites "Les outils numériques au service de l'interprétation des sites et territoires patrimoniaux", 2014
- Rubrique "Tourisme durable" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACTS :** Sylvia Dentzer et Laïla Ayache  
03 85 86 52 35 ou [info@bibracte.fr](mailto:info@bibracte.fr)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Fiche n°2 - Grand Site de France Marais poitevin : de la simple visite au séjour
- Fiche n°5 - Les Rendez-vous du Cirque de Navacelles pour les professionnels du tourisme
- Le réseau des Ambassadeurs du patrimoine de la Camargue gardoise : [www.camarguegardoise.com](http://www.camarguegardoise.com)

## Entraîner les visiteurs vers les sites les plus reculés



Au cœur de la Bourgogne, le patrimoine culturel fait jeu égal avec le patrimoine naturel. Mailler le territoire c'est aussi entraîner le visiteur dans le réseau du "Morvan des sommets" dont l'objectif était de **dépasser les limites administratives** auxquelles se heurtent les acteurs du tourisme et de qualifier l'offre. Pour y parvenir, les acteurs du tourisme, qu'ils soient prestataires privés ou

institutionnels, se sont concertés pour proposer un **message commun et original**, propre à donner envie aux visiteurs de passage d'explorer le territoire : l'angle retenu est celui des grandes émotions et des petits plaisirs offerts par le territoire, autour de thématiques qui en font la force (nature, patrimoine, gastronomie, festivités, bien-être). La présentation de ces points forts passe par une brochure construite par tous les acteurs du tourisme, comme s'ils s'adressaient à leurs amis : le message y prend la forme d'une parole, celle d'un guide conférencier, d'un hébergeur, d'un animateur nature, d'un restaurateur, qui raconte le territoire à sa façon...

## Renforcer les liens entre sites de visite et prestataires touristiques

"Nous voulons **qualifier l'offre** de nos 180 prestataires du territoire autour de Bibracte, développe Sylvia Dentzer, chargée de mission tourisme au sein du Grand Site de France. Cela nous conduit à être exigeants vis-à-vis des prestataires afin qu'ils soient en conformité avec des standards reconnus, comme la labellisation Gite de France par exemple ou avec les certifications sportives pour les activités de loisirs. Nous accordons une grande importance à aller chaque année à la rencontre des restaurateurs et des hébergeurs pour mieux connaître le niveau de prestations proposées. Lorsque nous sommes séduits par les qualités du lieu et les valeurs portées par

le prestataire, nous poussons plus loin le partenariat en proposant des avantages tarifaires aux clients, et en relayant l'information auprès de nos visiteurs."

De même, chaque année, les **prestataires sont invités à visiter les sites à proximité de chez eux**. Bibracte les invite pour une visite VIP, de façon à ce qu'ils connaissent mieux le site, sachent mieux en parler à leurs hôtes, deviennent des prescripteurs enthousiastes. Ils reçoivent également des "**Pass hébergeurs**" qu'ils peuvent distribuer à leurs clients afin qu'ils bénéficient de diverses réductions sur les sites patrimoniaux du réseau.

## Animer un réseau de prestataires

Toutes ces démarches : Pass archéo, Galerie numérique, Morvan des sommets... sont **complémentaires**. Le Grand Site de France avec Pascale Plaza, sa chargée de développement touristique depuis plus de 12 ans qui travaille sur la recherche de public, a un rôle pilote dans ces démarches de mutualisation des actions de valorisation du territoire. Il participe à la diffusion de l'information par secteurs entre les acteurs de la promotion du territoire. Il anime plusieurs de ces initiatives pour **dynamiser la coopération entre acteurs**

**du tourisme privés et publics** et promouvoir le territoire. Cet esprit de mutualisation dynamise le territoire dans le domaine du tourisme et permet aussi de **diminuer les coûts** financiers en mutualisant le temps et l'énergie investie pour chacun des partenaires.

### Mots clés

ADT / ADRT, CRT, Concertation, Gouvernance locale, Office du tourisme, Partenariat avec les acteurs privés du tourisme, Promotion touristique

# La carte patrimoniale et touristique du Cirque de Navacelles

*Un paysage de steppe aride très peu habité, entaillé dans les causses par le méandre asséché de la Vis, formant le spectaculaire Cirque de Navacelles.*



Grand Site de France en projet

Départements : Gard et Hérault

Gestionnaire : Syndicat Mixte du Grand Site du Cirque de Navacelles associant les Départements du Gard et de l'Hérault, deux communautés de communes et 14 communes

Fréquentation annuelle : 250 000 visiteurs

Superficie : 14 communes et 5 en partie, 46 163 ha dont 1 274 ha en site classé (extension en cours à 5 257 ha)

Mesures de protection et de gestion : Site classé loi de 1930, Natura 2000, inclus dans le Bien Causses et Cévennes inscrit au titre des paysages culturels de l'agropastoralisme méditerranéen sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO

Vaste paysage quasi désertique, territoire d'élevage extensif du mouton, le Grand Site du Cirque de Navacelles est à cheval entre deux départements, le Gard et l'Hérault, et deux communautés de communes. Chaque structure a des objectifs et des outils de communication qui lui sont propres et bien sûr calés sur ses limites administratives. Résultat, une information touristique disparate, des cartes jamais à la bonne échelle, et des messages peu en accord avec le Grand Site. Afin de permettre aux visiteurs d'**appréhender le Grand Site dans sa globalité et d'en faciliter la découverte**, le Syndicat Mixte a créé une carte patrimoniale et touristique spécifique porteuse des messages du Grand Site.



## Accueillir les visiteurs et déconcentrer la fréquentation

La première mission que s'est fixé le Syndicat Mixte est de préserver le lieu et l'expérience de visite qu'il offre. Le territoire est très vaste, et surtout coupé en deux par l'entaille profonde du Cirque de Navacelles et des gorges de la Vis. Traditionnellement, les 250 000 visiteurs annuels se concentrent au fond du Cirque, autour du hameau de Navacelles auquel on accède par une route sinueuse et vertigineuse. La circulation des véhicules motorisés a été réglementée, le stationnement au fond du Cirque est en cours de réorganisation pour en limiter l'impact. Nouvelle étape : inciter les visiteurs à laisser leur voiture pour

découvrir le site autrement, et surtout à "sortir du fond du Cirque" pour découvrir les causses dans leur beauté désertique, et leurs richesses. **Une maison de site** à la Baume Auriol au sud a été créée dans une ancienne bergerie abandonnée au début des années 2000, proposant information, exposition, vente de produits locaux et restauration. **Une deuxième maison** a ouvert à Blandas au nord, en 2013, dans le cadre d'une opération de requalification paysagère de belvédères. Ce sont des **lieux stratégiques d'orientation des visiteurs, d'information et de sensibilisation**.

## COMMENT L'ACTION CONTRIBUE...

### Aux enjeux de gestion du Grand Site

- Organise l'information au service du visiteur avant/pendant son séjour en lien avec tout le territoire
- Incite les visiteurs à élargir leur périmètre de découverte et à rester plus longtemps
- Propose une information sélective et qualitative comme levier de transmission de valeurs
- Crée un outil d'information à l'image du site, faisant ressentir le paysage
- Fédère les acteurs à la démarche et donne corps au Grand Site au-delà des limites administratives

### A l'expérience visiteur du Grand Site

- Un support à disposition pour mieux profiter du Grand Site
- Des clés d'interprétation et de compréhension du territoire
- Une information rassemblée à la bonne échelle

### EN SAVOIR PLUS

[www.cirquenavacelles.com](http://www.cirquenavacelles.com)

- Carte touristique et patrimoniale du Grand Site du Cirque de Navacelles
- Rubriques "Accueil du public" et "Tourisme durable" sur [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

**CONTACT :** Caroline Salaün  
04 99 54 27 00 ou [grandsitenavacelles@orange.fr](mailto:grandsitenavacelles@orange.fr)

### AUTRES EXEMPLES DANS LES GRANDS SITES

- Carte patrimoniale du Grand Site de France Sainte-Victoire
- Carte patrimoniale de la Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze
- Carte touristique et patrimoniale des Cap d'Erquy-Cap Fréhel

## La carte patrimoniale et touristique

En 2012, au vu de l'absence de documents d'interprétation cohérents de ce site véritablement coupé en deux, le Syndicat Mixte élabore un plan de communication et de médiation, essentiel pour la compréhension du Grand Site par le visiteur. *"Nous voulions coordonner l'information, la penser dans l'esprit du Grand Site et à bonne échelle, explique Caroline Salaün, responsable du Grand Site. C'est ce qui nous a amené à donner priorité à la création d'une carte qui ne soit pas bornée par les frontières départementales et donne à comprendre le paysage. Cela paraît incroyable, mais ça n'existait pas"*.



L'important travail réalisé en amont, autour du schéma d'interprétation du patrimoine, de la charte architecturale et paysagère, a permis d'identifier les grandes entités paysagères et de les transcrire graphiquement dans une carte informative et belle. Dans le cadre de l'élaboration de ce document, des **groupes de travail** ont rassemblé **professionnels privés et partenaires du tourisme ainsi que des élus**. Ils ont pu approfondir ce qu'est la **"promesse Grand Site"** : le paysage, bien sûr, les lieux patrimoniaux ou d'interprétation à ne pas manquer, mais aussi la gastronomie et des livres pour aller plus loin dans la connaissance du Grand Site. Sont inscrits sur la carte les prestataires des activités de pleine nature qui ont participé aux échanges et proposent des

activités en accord avec le respect du site et l'esprit des lieux.

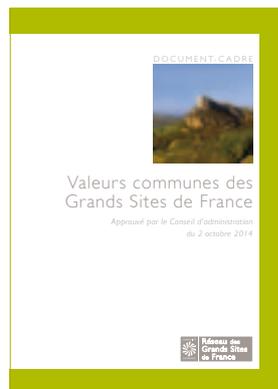
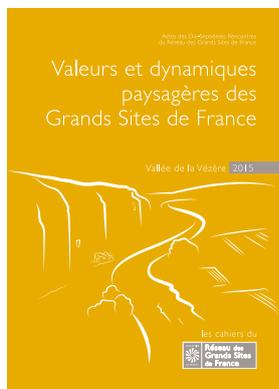
Ces informations, figurant en marge et au verso, font de cette carte "bien plus qu'une carte", mais un **document de médiation**. Ces contenus complètent les informations purement pratiques sur la durée des boucles de randonnée et les contacts des prestataires qui proposent d'accompagner les visiteurs dans leur découverte nature. Enfin, un code de bonne conduite en six points rappelle les comportements à adopter afin de préserver le site. Cette carte, très appréciée "donne corps" à ce territoire morcelé et contribue à fédérer des acteurs dispersés par la topographie et le manque d'habitude de travail en commun.

Un graphiste-cartographe a fait le fond de carte avec un cahier des charges précis. Les photographies sont faites en interne. La carte est distribuée gratuitement. Le tirage de 50 000 exemplaires de cette carte a permis de couvrir les besoins des offices de tourisme pour deux saisons consécutives. La carte sera traduite en anglais en 2016 et en allemand et néerlandais par la suite. Elle sera également mise à jour et enrichie, en particulier en ce qui concerne l'offre d'animations qui est de plus en plus fournie. Enfin, le Syndicat Mixte a entrepris de réaliser une carte interactive consultable sur Internet. Elle permettra de valoriser les offres ponctuelles et de faire le lien avec la programmation événementielle sur le Grand Site.

### Mots clés

Fréquentation (gestion), Gouvernance locale  
Partenariat avec les acteurs privés du tourisme,  
Produits du terroir, Valeurs du site

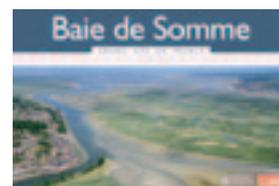
# Publications du Réseau des Grands Sites de France



## Actes des Rencontres (collection Les Cahiers du Réseau des Grands Sites de France)

- Valeurs et dynamiques paysagères des Grands Sites de France - 2015
- Du sens aux sens : vivre et faire vivre l'expérience Grand Site de France - 2014
- Quel tourisme dans les Grands Sites ? - 2013
- Quelle gouvernance et quelle organisation pour la gestion des Grands Sites ? - 2012
- Place et organisation des activités commerciales dans les Grands Sites - 2011
- L'écomobilité dans les Grands Sites - 2010
- Valeurs universelles, valeurs locales : pour qui et pour quoi un site est-il grand ? - 2009 (en coédition avec l'ICOMOS)
- Les Grands Sites à l'épreuve de la photographie - 2008
- Agriculteurs, forestiers et Grands Sites : quels partenariats ? - 2007
- Grands Sites et stratégies touristiques des territoires - 2006
- Maisons de sites et interprétation dans les Grands Sites - 2005
- Vivre dans un Grand Site : le pari du développement durable - 2004 (en coédition avec l'ICOMOS)

Pour commander :  
[lydianeestev@grandsitedefrance.com](mailto:lydianeestev@grandsitedefrance.com)  
[grandsitedefrance.com/ressources](http://grandsitedefrance.com/ressources)



## Documents-cadre du Réseau des Grands Sites de France

- Valeurs communes des Grands Sites de France
- Grands Sites de France et tourisme
- 2013-2022 Projet à 10 ans pour le Réseau des Grands Sites de France

A télécharger sur [grandsitedefrance.com/ressources](http://grandsitedefrance.com/ressources)

## Petit traité des Grands Sites Réfléchir et agir sur les hauts lieux du patrimoine (ICOMOS France/Actes Sud)

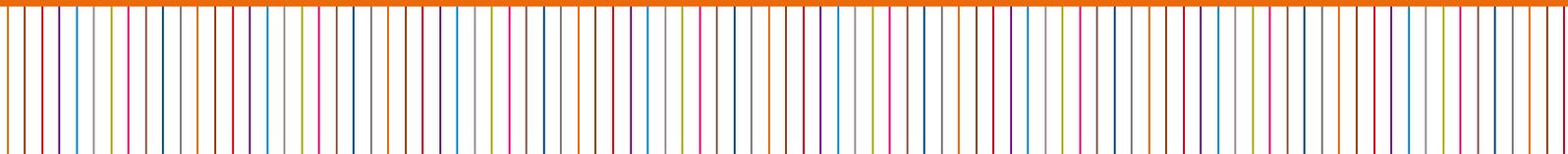
Disponible sur les sites de vente en ligne

## Collection Grands Sites de France (Petit Futé)

De beaux livres à glisser dans la poche pour découvrir les Grands Sites de France.

Disponibles en librairies, dans les points de vente des Grands Sites de France et sur [www.boutique.petitfute.com](http://www.boutique.petitfute.com)

Autres publications [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)



9, rue Moncey - 75009 Paris - France - Tél. 33 (0)1 48 74 39 29  
contact@grandsitedefrance.com - www.grandsitedefrance.com

SIÈGE : Le Grand Pré - 71960 Solutré-Pouilly - France

LE RÉSEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE EST SOUTENU PAR



POUR SES ACTIVITÉS INTERNATIONALES,  
LE RGSF EST SOUTENU PAR

