

# Schéma territorial de l'économie touristique

## Programme d'actions

# SOMMAIRE

<b>Introduction</b>	3
<b>AXE 1 - Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée</b>	5
Action 1.1 : Former les offices de tourisme à la méthodologie de montage de produits touristiques	6
Action 1.2 : Définir et mettre en œuvre une politique de produits touristiques	7
Action 1.3 : Organiser les filières d'activités liées aux savoir-faire	8
Action 1.4 : Valoriser les produits de la gastronomie locale	9
Action 1.5 : Valoriser le tourisme viti-vinicole	10
<b>AXE 2 – Valoriser les entités touristiques à l’intérieur du Pays</b>	11
Action 2.1 : Conforter l’organisation touristique des micros-régions	12
Action 2.2 : Optimiser l’accueil à Conques	13
Action 2.3 : Assurer une synergie entre le Pays et les équipements structurants du Grand Rodez	14
Action 2.4 : accompagner la création du pôle des métiers d’art de Sauveterre de Rouergue	15
<b>AXE 3 – Développer et organiser l’offre de loisirs de plein air de proximité</b>	16
Action 3.1 : Participation du Pays à la CDESI	17
Action 3.2 : Développer des boucles de randonnées supports de produits Touristiques	18
Action 3.3 : Développer des itinéraires de cyclo tourisme et de VTT	19
Action 3.4 : Améliorer la prise en compte des besoins des personnes Handicapées	20
Action 3.5 : Créer une base de données des activités de pleine nature	21
Action 3.6 : Etudier la faisabilité d’équipements structurants	22
<b>AXE 4 – Favoriser la diversité et la qualité des hébergements</b>	23
Action 4.1 : Développer un réseau d'aires pour camping-cars	24
Action 4.2 : Etudier l'opportunité de la création d'accueils vigneron	26
Action 4.3 : Mettre en œuvre un soutien renforcé aux porteurs de projets	27
<b>AXE 5 – Mener une politique de valorisation du patrimoine et des sites de visite</b>	28
Action 5.1 : Concevoir une démarche d'interprétation du patrimoine	30
Action 5.2 : Mettre en valeur les sites et monuments	31
Action 5.3 : Développer le guidage dans les sites	32
Action 5.4 : Elaborer un plan de signalétique locale	33
Action 5.5 : Améliorer la prise en compte des besoins des personnes Handicapées	34
Action 5.6 : Améliorer l'adaptation des sites et monuments à l'accueil des Enfants	35

<b>AXE 6 – Mettre en place un système d’organisation à valeur ajoutée</b>	36
Action 6.1 : Créer et animer un réseau d’offices de tourisme et de syndicats d’initiative	37
Action 6.2 : Concevoir et diffuser un document de sensibilisation des élus sur le poids économique et les enjeux du tourisme	38
Action 6.3 : Formaliser l’organisation locale du tourisme	39
<b>Tableau récapitulatif : synthèse et priorisation</b>	42

# INTRODUCTION

Le Pays Ruthénois s'est engagé en 2006 dans l'élaboration de son Schéma territorial de l'économie tourisme à partir d'un diagnostic réalisé par le Comité Départemental du Tourisme de l'Aveyron, suivi par l'élaboration d'axes stratégiques par le cabinet ESPITALIE Consultants, validés en novembre 2006.

La construction d'un programme d'actions a été ensuite abordé à travers l'organisation de 4 ateliers réunis en décembre 2006 puis en avril 2007, des rencontres avec les partenaires touristiques du Pays, et la conduite d'un travail d'accompagnement des offices de tourisme et syndicats d'initiative, dans le cadre d'un programme de formation développement monté par l'ADEFPAT.

Le programme d'actions a été présenté en conseil d'administration du Pays le 9 mai 2007.

Le présent document expose la politique touristique du Pays Ruthénois, en suivant les axes stratégiques retenus, auxquelles correspondent une série d'actions présentées à travers des fiches-actions.

Le Schéma territorial de l'économie touristique du Pays Ruthénois est en effet structuré autour de 6 axes :

**AXE 1 - Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée**

**AXE 2 – Valoriser les entités touristiques à l'intérieur du Pays**

**AXE 3 – Développer et organiser l'offre de loisirs de plein air de proximité**

**AXE 4 – Favoriser la diversité et la qualité des hébergements**

**AXE 5 – Mener une politique de valorisation du patrimoine et des sites de visite**

**AXE 6 – Mettre en place un système d'organisation à valeur ajoutée**

Un tableau récapitulatif reprend l'ensemble des actions en mettant en exergue celles qui ont été jugées prioritaires et devant faire l'objet d'un accompagnement par le cabinet ESPITALIE Consultants.

# **AXE 1 - Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée**

## **Objectifs :**

- ✓ Mener une politique de l'offre qui prime sur une politique de la destination
- ✓ Développer une offre de produits touristiques, à partir des thématiques originales du territoire, en ciblant les clientèles spécifiques au territoire et notamment les clientèles de proximité
- ✓ Alimenter les diffuseurs en produits de qualité

Comme le Pays Ruthénois n'est pas une destination touristique homogène à traiter comme telle, l'orientation majeure de la politique touristique sera d'agir sur l'offre d'activités et de produits touristiques.

Il s'agit ici de tirer parti de l'offre existante, en raisonnant en termes de complémentarité entre les différents secteurs géographiques du Pays, pour mettre en évidence des produits touristiques thématiques.

Ce volet de la politique touristique du Pays s'accompagne en parallèle d'actions visant à développer une offre nouvelle et à structurer des filières d'activités qui viendront par la suite alimenter cette politique de produits.

Le Pays s'appuiera pour conduire cette politique de développement de produits touristiques sur les offices de tourisme du territoire, les professionnels du tourisme et les partenaires commercialisateurs locaux et départementaux.

**Action 1.1 : Former les offices de tourisme à la méthodologie de montage de produits touristiques**

**Action 1.2 : Définir et mettre en œuvre une politique de produits touristiques**

**Action 1.3 : Organiser les filières d'activités liées aux savoir-faire**

**Action 1.4 : Valoriser les produits de la gastronomie locale**

**Action 1.5 : Valoriser le tourisme viti-vinicole**

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 1**                      **Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée**

**Action 1**                      **Former les offices de tourisme à la méthodologie de montage de produits touristiques**

**Objectifs**

Développer une offre de produits touristiques, à partir des thématiques originales du territoire, en ciblant les clientèles spécifiques au territoire et notamment les clientèles de proximité.  
Favoriser le développement de collaborations entre OTSI du Pays.  
Alimenter les diffuseurs en produits de qualité (ART, OT Grand Rodez, réceptifs locaux).

**Descriptif**

Formation développement visant à apporter aux OTSI du territoire de la méthode pour construire une offre de produits touristiques.  
La formation permettra aux OTSI de mettre en forme des produits sur leur propre territoire et également à des échelles plus larges, entre territoires d'OT (application à des produits pour groupes et produits week-end individuels notamment).  
Cette mission, nouvelle pour la majorité des OTSI, devra être communiquée auprès des élus des territoires concernés.  
  
Suite à la formation, la mise en œuvre pourra se poursuivre selon les orientations de l'action n°2.

<b>Pilote</b>	Pays Ruthénois
<b>Partenaires</b>	ADEFPAT, les OTSI, l'UDOTSI, le CDT, ART

**Financement**

Formation développement sur 8 séances : 6 600 € TTC  
Prise en charge par l'ADEFPAT 100%

**Echéancier**

avril à novembre 2007

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 1**      **Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée**

**Action 2**      **Définir et mettre en œuvre une politique de produits touristiques**

**Objectifs**

Créer des produits « vitrine », représentatifs de la diversité de l'offre du Pays Ruthénois.  
Permettre à l'offre du territoire d'être programmée par des opérateurs, aux côtés des « incontournables » (Conques, Viaduc Millau...)  
Développer des lignes de produits thématiques, suffisamment denses pour être identifiables par les clientèles.  
Favoriser le tourisme en dehors de l'été.

**Descriptif**

Constituer des gammes de produits, à partir de l'offre existante.

**Cibles** : clientèles des agglomérations de Toulouse et Montpellier + clientèle britannique

**Trois types de produits :**

week-end et courts séjours pour individuels

mise en avant de thématiques :

tourisme technique et découverte des savoir-faire

séjour autour d'un événement

villes et villages de caractère

gastronomie et art de vivre

randonnée pédestre et découverte (terroir, patrimoine...)

stages et autres loisirs spécialisés

stages de cuisine, stages d'oenologie

sport

loisirs créatifs

produits pour groupes

circuits touristiques associant grands sites et activités

à moins forte notoriété

**Pilotes**

Pays Ruthénois et les OTSI

**Partenaires**

les OTSI, les prestataires, le CDT, ART

**Financement**

Opération à réaliser en interne, avec l'appui possible d'un intervenant extérieur

**Echéancier**

Second semestre 2007

2008 et années suivantes

## Axe 1

# Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée

## Action 3

### Organiser les filières d'activités liées aux savoir-faire

#### Objectifs

Développer l'offre de la filière des savoir-faire.  
Mettre en réseau les différents acteurs .  
Proposer des gammes d'activités de découverte.

#### Descriptif

**Mener une démarche d'étude et d'accompagnement visant à :**

- recenser l'offre existante et potentielle
- favoriser une dynamique d'acteurs autour d'un réseau de sites organisés selon des logiques thématiques
- définir un cahier des charges pour l'accueil du public sur les lieux de production
- mettre en place un dispositif d'assistance technique et d'aide à l'investissement pour adapter les sites à l'accueil des publics
- former les personnes appelées à accueillir le public
- aboutir à un réseau complémentaire à la Route des Métiers du Ségala, sur le nord du Pays

#### Pilotes

Pays Ruthénois

#### Partenaires

la Route des Métiers du Ségala  
les producteurs, artisans, entreprises  
les chambres consulaires et organisations professionnelles  
les OTSI  
les musées (ex : Musée du Rouergue Salles la Source, Pradinas)  
le pôle des Métiers d'Art de Sauveterre  
les organisateurs de fêtes et manifestations

#### Financement

Action d'ingénierie à mener en interne ou avec l'appui d'un prestataire extérieur.

Opérations d'investissement à prévoir pour adapter des entreprises à l'accueil de touristes, avec l'appui financier des partenaires institutionnels du Pays.

#### Echéancier

Ingénierie et animation : 2007/2008

Constitution du réseau et montage de dossiers : 2008, 2009, 2010



**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 1**      **Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée**

**Action 4**      **Valoriser les produits de la gastronomie locale**

**Objectifs**

Dans la continuité de l'action à conduire pour organiser les lieux de production, mettre en cohérence les initiatives autour de la gastronomie, de la convivialité et du développement durable.  
Construire une destination gourmande et festive.

**Descriptif**

Action d'animation des acteurs visant à faire travailler ensemble :

- les producteurs de produits labellisés
- les viticulteurs
- les entreprises de l'agroalimentaire
- les restaurateurs
- les organisateurs de fêtes et manifestations

Soutien à la création d'un convivium « slow food » dans le Pays Ruthénois.

Développement des stages de cuisine, week-ends à thème, autour de la découverte et de la préparation d'un produit

Développement de produits « randonnée gourmande » et circuits de découverte des territoires à travers ses productions, paysages, patrimoine (Vallon et Ségala).

Soutien et coordination des fêtes autour des produits (le vin, la pomme, ...).

<b>Pilotes</b>	Pays Ruthénois
<b>Partenaires</b>	la Route des Métiers du Ségala les producteurs, restaurateurs les chambres consulaires et organisations professionnelles les OTSI les organisateurs de fêtes et manifestations

**Financement**

Action d'ingénierie à mener en interne ou avec l'appui d'un prestataire extérieur

**Echéancier**

Ingénierie et animation : 2008

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 1**      **Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée**

**Action 5**      **Valoriser le tourisme viti-vinicole**

**Objectifs**

Au sein du thème de la gastronomie, le vignoble de Marcillac occupe une place particulière en raison de l'originalité de sa production, l'attractivité touristique de son terroir, la présence de Conques.

Le tourisme viti-vinicole est en développement et touche des clientèles curieuses du vin et de son environnement patrimonial et culturel.

**Descriptif**

Création d'une filière de tourisme viti-vinicole comprenant :

- l'accueil chez les vignerons (cf action 1.3)
- l'hébergement touristique dans le vignoble, si possible chez des vignerons (cf actions 4.2)
- le développement de parcours de découverte pédestre du vignoble
- la sauvegarde des cabanes de vignes
- la création de stages d'œnologie
- la valorisation des fêtes et manifestations
- la création de produits touristiques associant Conques et le vignoble de Marcillac
- le développement de prestations innovantes par le biais de l'internet (cf "mesvignes.com")

Il s'agira d'abord d'un travail d'animation et d'appui technique, puis de montage de dossiers d'investissements : restauration du petit patrimoine, création d'équipements d'accueil, hébergements, signalétique

**Pilotes**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

les viticulteurs indépendants et la coopérative  
les organisations professionnelles  
la Chambre d'Agriculture  
le CDT

**Financement**

Action d'ingénierie à mener en interne ou avec l'appui d'un prestataire extérieur.

Financement à envisager pour la restauration du patrimoine et les équipements d'accueil.

**Echéancier**

Ingénierie et animation : 2008

Investissements : 2009

## **AXE 2 – Valoriser les entités touristiques à l’intérieur du Pays**

Le Pays Ruthénois comprend trois entités territoriales aux histoires et modes d’organisation différents :

- Conques et le vallon de Marcillac (avec Bozouls et Villecomtal, c’est le territoire de l’ancien pôle d’économie du patrimoine)
- le Grand Rodez
- le territoire de Ségala Vivant auquel il conviendrait d’associer le canton de Cassagnes-Begonhes et de Réquista

Ces trois entités constituent des espaces touristiques homogènes et complémentaires, qui possèdent une logique propre, mais peuvent jouer un rôle particulier dans la communication, dans le développement et dans l’organisation des pratiques touristiques du Pays.

Deux de ces territoires disposent d’une organisation touristique structurée : le Grand Rodez et le Ségala.

Une organisation serait à trouver, entre les OTSI concernés, pour assurer la continuité d’actions de l’ancien PEP.

Le pays disposerait ainsi de trois référents tourisme couvrant chaque entité.

Au-delà de ces entités territoriales il convient de distinguer les pôles touristiques majeurs, qui, en raison des flux touristiques et des dispositifs d’accueil en place, méritent de jouer un rôle moteur pouvant être bénéfique aux territoires périphériques.

On distingue ainsi trois pôles majeurs, du nord au sud qui illustrent bien les thèmes forts du territoire que sont le patrimoine, les arts et les savoir-faire:

- Conques : haut lieu touristique de l’Aveyron
- Le Grand Rodez : pôle de tourisme urbain : patrimoine / art / cheval / tourisme d’affaires
- Sauveterre de Rouergue : pôle d’artisanat d’art

### **Les objectifs :**

- ✓ Structurer le territoire en s’appuyant sur les trois entités touristiques naturelles
- ✓ S’appuyer sur les points forts du territoire, pour développer la fréquentation des zones à plus faible notoriété, en communiquant sur l’offre périphérique à partir des sites stratégiques (sur place, dans les OT et à distance par l’internet)
- ✓ Dynamiser les complémentarités entre pôles, selon des logiques thématiques
- ✓ Soutenir les projets structurants

**Action 2.1 : conforter l’organisation touristique des micros-régions**

**Action 2.2 : optimiser l’accueil à Conques**

**Action 2.3 : assurer une synergie entre le Pays et les équipements structurants du Grand Rodez**

**Action 2.4 : accompagner la création du pôle des métiers d’art de Sauveterre de Rouergue**

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 2** | **Valoriser les entités touristiques à l'intérieur du Pays**

**Action 1** | **Conforter l'organisation touristique des micro-régions**

**Objectifs**

Appuyer les logiques de destination touristique sur les deux micro-régions homogènes du territoire : le Vallon de Marcillac et le Ségala.  
Accompagner les acteurs touristiques du territoire de l'ancien PEP pour assurer la continuité des actions telles que la Route des Trésors.

**Descriptif**

A travers différentes actions du programme, plusieurs trouvent un terrain favorable sur ces deux espaces :

- la randonnée
- la valorisation du petit patrimoine
- le VTT et le cyclotourisme
- le tourisme équestre
- les métiers et savoir-faire

Les actions conduites dans le cadre du Pays devront veiller à conforter ces entités voir les développer sur leurs bordures (secteur de Bozouls pour le Vallon, secteurs de Réquista et du Levezou pour le Ségala)  
Le Pays pourra intervenir en soutien aux offices de tourisme et autres partenaires locaux pour organiser la poursuite d'actions initiée dans le cadre du PEP.  
Un référent touristique par zone (ex.: Ségala Vivant) permettrait de renforcer l'efficacité des actions

**Pilotes** | Pays Ruthénois et intercommunalités  
**Partenaires**

**Financement** | Sans objet  
Opération d'animation et de médiation réalisée en interne

**Echéancier** | En accompagnement des premières actions du Schéma

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 2** | **Valoriser les entités touristiques  
à l'intérieur du Pays**

**Action 2** | **Optimiser l'accueil à Conques**

**Objectifs**

Reconnaître à Conques son statut de haut lieu touristique d'importance majeure pour le Pays et le Département, et donc son rôle dépassant l'intérêt communal et intercommunal. Renforcer les moyens de l'office de tourisme nécessaires à remplir ses fonctions "extra locales".  
Promouvoir le Pays Ruthénois à partir de Conques.

**Descriptif**

Conduire une étude d'opportunité et de faisabilité visant à :

- Evaluer les besoins et contraintes d'accueil sur le site
- Etudier les possibilités pour disposer d'un espace d'accueil plus important pour l'OT
- Etudier le principe d'un contrat d'objectifs liant Conques, l'intercommunalité, le Pays et le Département de l'Aveyron, visant à optimiser l'accueil sur la cité

Soutenir la relance du Centre Européen de Civilisation Médiévale

**Pilote** | Ville de Conques / Sivom de Conques

**Partenaires** | Pays Ruthénois  
CDT, Conseil Général  
Conseil Régional , CRT

**Financement**

Etude d'opportunité : 5 000 € HT  
Etude de faisabilité technique, économique et juridique : 20 000 € HT

**Echéancier**

à déterminer

**PAYS  
RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 2** **Valoriser les entités touristiques  
à l'intérieur du Pays**

**Action 3** **Assurer une synergie entre le Pays et les équipements structurants  
du Grand Rodez**

**Objectifs**

Harmoniser les politiques du Pays Ruthénois et du Grand Rodez.  
Donner tout son sens à la complémentarité "ville-campagne".  
Adosser la politique de produits du Pays sur les équipements du Grand Rodez.

**Descriptif**

Rechercher la meilleure articulation possible entre la stratégie de développement touristique de l'agglomération et celle du Pays (participation aux comités de pilotages respectifs).  
S'appuyer, dans la politique de produits touristiques du Pays, sur les thèmes forts de Rodez, ayant des prolongements dans le Pays (le cheval, l'art, le futur Musée Soulages).

Chercher à satisfaire les besoins de loisirs de la population de l'agglomération dans les espaces ruraux périphériques du Pays (cf axe 3).

Etudier la faisabilité d'un développement de l'outil de commercialisation de l'OT du Grand Rodez, sur une échelle plus large de façon à l'ouvrir à la vente de produits montés par d'autres OT du Pays (cf action 6.1).  
Formaliser les futurs partenariats (conventionnement).

Soutenir les projets touristiques structurants de l'agglomération (Musée Soulages, Centre de congrès, politique autour du cheval...).

**Pilotes** Agglomération du Grand Rodez - SEM

**Partenaires** Pays Ruthénois  
OTSI du territoire

**Financement** Plans de financement spécifiques pour les opérations d'investissement

**Echéancier** 2007 et années suivantes

**PAYS  
RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 2** | **Valoriser les entités touristiques  
à l'intérieur du Pays**

**Action 4** | **Accompagner le pôle des Métiers d'Art de Sauveterre de Rouergue**

**Objectifs**

Sauveterre de Rouergue est avec Conques et Rodez l'un des trois pôles majeurs du territoire avec une orientation marquée sur les métiers d'arts et une ouverture sur le thème des bastides. La thématique des savoir-faire étant un des points forts du Pays, Sauveterre est appelé à jouer un rôle de premier plan dans ce domaine.

**Descriptif**

Appui au projet de développement du pôle des métiers d'art.  
Assistance technique au développement de produits touristiques spécialisés, en lien avec l'office de tourisme.  
Selon les besoins et les acteurs en place : mise en œuvre d'une formation développement pour créer une dynamique d'artisans d'art.

<b>Pilotes</b>	Commune de Sauveterre / Communauté de Communes
<b>Partenaires</b>	Pays Ruthénois Artisans d'art Adefpat Chambre des Métiers

<b>Financement</b>	Plan de financement spécifique pour les investissements. Financements Adefpat pour formation développement des acteurs, en cas de besoins.
--------------------	---

<b>Echéancier</b>	2007/2008
-------------------	-----------

## **AXE 3 – Développer et organiser l’offre de loisirs de plein air de proximité**

Les loisirs de plein air accessibles aux populations permanentes et touristiques sur le Pays Ruthénois n’ont pas la même image que ceux praticables sur les Grands Causses ou le Levezou par exemple.

Ils ont une vocation de loisirs familiaux, de pratique douce, moins spécialisée mais plus accessible.

Ceci n’exclut pas les pratiques sportives sur des sites spécifiques (escalade, équitation) et la possibilité de constituer une offre touristique itinérante pour la randonnée pédestre, le VTT, l’équitation.

Mais ce qui caractérise le plus la vocation du Pays Ruthénois en la matière, c’est d’être un espace de découverte, de détente et de loisirs, pour la population locale, et en accompagnement des séjours touristiques.

Comme ailleurs sur le territoire départemental, la pratique des loisirs de pleine nature est soumise à la maîtrise et l’aménagement des sites de pratique.

Trois démarches sont à privilégier dans cette optique :

- le partenariat avec le Conseil Général dans le cadre de la Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires
- la concertation entre collectivités pour assurer la continuité d’itinéraires et l’harmonisation des aménagements
- l’accessibilité des sites de pratique aux personnes handicapées

**Action 3.1 : participation du Pays à la CDESI**

**Action 3.2 : développer des boucles de randonnées support de produits touristiques**

**Action 3.3 : développer des itinéraires de cyclotourisme et de VTT**

**Action 3.4 : améliorer la prise en compte des besoins des personnes handicapées**

**Action 3.5 : créer une base de données des activités de pleine nature**

**Action 3.6 : étudier la faisabilité d’équipements structurants**

L’action 3.4 est couplée avec l’action 5.5 relative à l’accessibilité du patrimoine, dans le cadre d’une politique volontariste de **développement de l’offre d’activités de loisirs à destination des publics handicapés**.

Cette politique devra faire l’objet d’une sensibilisation et d’un soutien renforcé des opérateurs touristiques, en lien avec les partenaires départementaux du label « **Tourisme et Handicap** ».

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 3** **Développer et organiser l'offre de loisirs de pleine nature**

**Action 1** **Participer à la CDESI**

**Objectifs**

La CDESI (Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires) doit être mise en place prochainement par le Conseil Général de l'Aveyron.  
 Cette commission doit lancer un travail d'inventaire, suivi d'un schéma de protection et de valorisation des sites de pratiques d'activités de pleine nature.  
 Ces objectifs rejoignent ceux du Pays.

**Descriptif**

Il s'agit pour le Pays d'être associés aux travaux de la CDESI et de relayer ceux-ci sur le terrain auprès des collectivités, des prestataires, association, OTSI.

Un inventaire global des espaces, sites et itinéraires permettra d'avoir une vision d'ensemble qui manque aujourd'hui et, pour le Pays, de participer à l'élaboration d'un schéma de valorisation sélectif.

Devront être pris en compte :

- les chemins de randonnée
- les itinéraires cyclables
- les itinéraires équestres (faire le point les itinéraires balisés)
- les sites de pratique de l'escalade, de la spéléologie, du vol libre, des activités nautiques

Un schéma départemental des activités de pleine nature sera une des traductions, à laquelle le Pays Ruthénois devra aussi être associé.

Ceci apportera également un éclairage sur les possibilités d'élaboration d'un schéma de circulation douce, au delà de l'agglomération ruthénoise.

Des mesures en matière d'investissement et d'aménagement de sites seront à prendre en suivant.

<b>Pilote</b>	Conseil Général de l'Aveyron
<b>Partenaires</b>	Les membres de la CDESI Le Pays Ruthénois Collectivités locales Associations et prestataires des activités de pleine nature

**Financement** Sans objet à ce stade

**Echéancier**

Etat des lieux et schéma pleine nature : 2007-2008  
 Interventions sur les sites : 2009 et années suivantes

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 3** **Développer et organiser l'offre de loisirs de pleine nature**

**Action 2** **Développer des boucles de randonnée supports à des produits touristiques**

**Objectifs**  
Création de produits sur des week-ends, utilisant tout ou partie de plusieurs itinéraires existants et pouvant aboutir à des "boucles de Pays", sur :

- le Vallon de Marcillac
- Le Ségala et le Réquistainais

**Descriptif**

- Recherche d'itinéraires pédestres sur 2 ou 3 jours avec présence d'hébergement
- Conception des deux « tours de pays » à partir d'un travail de repérage déjà effectué par le CDRP sur le Ségala et à réaliser sur le Vallon
- Réalisation des descriptifs
- Déclinaison sous la forme de produits touristiques à mettre sur le marché auprès de tour opérateurs spécialisés

<b>Pilote</b>	Territoires concernés (Ségala Vivant, communautés de communes)
<b>Partenaires</b>	Pays Ruthénois Comité Départemental de Randonnée Pédestre OTSI, hébergeurs, CDT, ART

**Financement**

Participation aux frais du CDRP pour la reconnaissance des itinéraires et le descriptif : à évaluer

**Echéancier** 2008/2009

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 3** **Développer et organiser l'offre de loisirs de pleine nature**

**Action 3** **Développer des itinéraires cyclotouristes et de VTT**

**Objectifs**  
Répondre à la demande d'itinéraires et d'hébergements de la part des pratiquants du cyclotourisme et du VTT en distinguant les motivations et les niveaux (sport ou loisirs familial).

**Descriptif**

- Conception d'itinéraires cyclotouristiques et VTT sur le Vallon (pratique douce) sur le Ségala, vallée du Viaur et le Réquistanais (pratique sportive)
- Sélectionner des hébergements adaptés aux clientèles de cyclotouristes
- Sensibiliser les hébergeurs à l'accueil de ces clientèles et réaliser les adaptations nécessaires (garage à vélo, aire de lavage...)
- Edition d'un guide des itinéraires (ou de deux guides, selon le type de pratique)

**Pilote** Territoires concernés (Ségala Vivant, communautés de communes)  
**Partenaires** Pays Ruthénois  
Comité Départemental Cyclotourisme  
OTSI, hébergeurs, CDT, ART

**Financement** Travail d'animation en partenariat  
Edition d'un guide : 30 000 € HT  
(autofinancement par les ventes)

**Echéancier** 2008-2009

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 3**

**Développer et organiser l'offre de loisirs de pleine nature**

**Action 4**

**Améliorer la prise en compte des besoins des personnes handicapées**

**Objectifs**

Alors que certains hébergements adaptés à l'accueil de personnes handicapées ont été labellisés « Tourisme et Handicap » sur le Pays Ruthénois, l'offre d'activités adaptées constitue un point faible du territoire.

Il s'agit de proposer une offre de loisirs nouvelle tendant à faire du Pays un territoire particulièrement accueillant pour les personnes souffrant de différents handicaps, en rendant accessibles des activités de pleine nature, mais aussi, des sites de découverte.

**Descriptif**

Identifier et équiper des sites de pratiques d'activités de pleine nature, selon les potentialités qu'elles offrent pour un ou plusieurs des 4 handicaps (moteur, auditif, visuel, mental).

Aboutir à la labellisation de sites : chemins de randonnée, base de loisirs, centres équestres sites de pêche, piscines, espaces de pratique de la spéléo, de l'escalade, ...

Exemples : tour du lac de Baraqueville, lac à Luc La Primaube, haras de Rodez, sites d'activités à proximité des hébergements adaptés comme le village de vacances de Pont les Bains, ...

Cette démarche est complétée par un effort sur l'accessibilité des sites patrimoniaux afin d'étoffer de manière significative l'offre de loisirs labellisée "Tourisme et Handicap" sur le territoire.

**Pilote**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

CDT et comités départementaux sportifs

DDJS

Collectivités

Associations

**Financement**

Mission de sensibilisation, de coordination à réaliser en interne

Aides aux investissements pour rendre les sites accessibles

**Echéancier**

Lancement 2008

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 3**

**Développer et organiser l'offre de loisirs de pleine nature**

**Action 5**

**Créer une base de données des activités de pleine nature**

**Objectifs**

Constituer une base de données contenant des informations fiabilisées et mises à jour régulièrement, pour permettre aux acteurs de la pleine nature de développer des partenariats, monter des produits... et à tous les usagers et touristes de mieux identifier l'offre.

**Descriptif**

A partir de données existantes au niveau des OTSI, de la DDJS et du CDT, construire une base de données du Pays et départementale pouvant répondre aux besoins recensés.

Cette base de données comprendra :

- les prestataires qui encadrent les activités
- les associations
- les centres de pratique
- les sites de pratique
- les hébergements collectifs accueillant les groupes sportifs

Vérifier le statut juridique des sites de pratiques.

Faire valider les informations par un comité de pilotage rassemblant les partenaires concernés

Cette action est à relier au travail de la CDESI et au prochain réseau départemental d'information Touristique du CDT.

**Pilote**

Les OTSI du territoire

**Partenaires**

Pays Ruthénois

CDT, DDJS

Associations, clubs sportifs, prestataires

**Financement**

Travail à conduire dans le cadre du système d'information touristique partagé par les OTSI

**Echéancier**

2008

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 3** **Développer et organiser l'offre de loisirs de pleine nature**

**Action 6** **Etudier la faisabilité d'équipements structurants**

**Objectifs**

Plusieurs équipements dont la création ou le développement a été évoqué ou font l'objet de projets peuvent avoir un effet positif sur l'économie touristique du Pays.  
Ces équipements peuvent, qui plus est, venir développer des zones moins favorisées sur le plan touristique.  
Leur avancement est conditionné à des études d'opportunité et de faisabilité afin de donner aux maîtres d'ouvrage potentiels les éléments d'appui à la prise de décision.

**Descriptif**

Etude d'opportunité et de faisabilité des projets suivants :

- stade aérien à partir de l'aérodrome de Cassagne Begonhès (développement de sports aériens tels que le vol à voile, l'ulm, le parachutisme)
- mur d'escalade de bon niveau pour initiation, entraînement, compétitions, sur le Pays Ruthénois
- développement de la base de loisirs de Baraqueville
- réaménagement de piscine publique vétuste (Salmiech)

**Pilote** Les maîtres d'ouvrage concernés ou le Pays Ruthénois, selon le cas.  
**Partenaires** Comité de pilotage à constituer pour suivre les études.

**Financement**

étude de marché, études d'opportunité : de 10 000 à 15 000€ HT  
étude de faisabilité et de programmation : de 20 000 à 30 000 € HT

**Echéancier** à déterminer

## **AXE 4 – Favoriser la diversité et la qualité des hébergements**

L'hébergement est un élément de base de l'économie touristique et le diagnostic a montré les carences en la matière sur certaines parties du Pays.

C'est aussi un domaine où les initiatives privées doivent s'exprimer et être accompagnées.

Les collectivités peuvent jouer un rôle de facilitateur ou intervenir directement dans des équipements relevant de l'intérêt public ou dans des montages public-privé.

Le Pays inscrira son action :

- dans le cadre des politiques départementales d'incitation à la qualité, en relayant celles-ci
- en appui technique au montage de dossiers de financement
- en animation de démarches trouvant un écho particulier sur le territoire du Pays, soit en raison de faiblesses d'interventions publiques (aire d'accueil de camping-car), soit en raison de caractéristiques spécifiques (accueil dans le vignoble)

**Action 4.1 : Développer un réseau d'aires pour camping car**

**Action 4.2 : Etudier l'opportunité de la création d'accueils vigneron**

**Action 4.3 : Mettre en œuvre un soutien renforcé aux porteurs de projets**

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 4**

**Favoriser la diversité et la qualité  
des hébergements**

**Action 1**

**Développer un réseau d'aires pour camping-cars**

**Objectifs**

Les aires de services pour camping-car sont rares dans le Pays Ruthénois (aire de Baraqueville, Castanet, Rodez, Sauveterre et Naucelle), comparativement à d'autres secteurs de l'Aveyron. L'accueil des camping-caristes est un enjeu non négligeable (développement important de cette clientèle – impact sur la consommation dans les commerces locaux et sites touristiques).

**Descriptif**

Renforcer le réseau d'aires de services et d'aires d'accueil sur le Pays, en particulier à :

- Conques
- le Vallon de Marcillac
- le Grand Rodez

Bien identifier les prestations proposées :

- aire de service = zone équipée d'une borne pour alimentation en eau et vidange
- aire d'accueil = zone permettant le stationnement des camping-cars, pour une ou plusieurs nuits, également équipée d'une ou plusieurs borne(s), avec branchement électrique

Promouvoir le réseau des aires via les supports spécialisés et le CDT

**Pilote**

les collectivités concernées

**Partenaires**

Pays Ruthénois

**Financement**

A titre indicatif :

Coût d'une borne : 5 500 €HT hors pose

Coût d'une aire d'accueil 10/12 véhicules : +- 20 000 € HT

Estimation à réaliser selon les sites

**Echéancier**

Création de trois aires : 2008/2009

## PRESENTATION DU TOURISME EN CAMPING-CAR

Le camping-car se situe entre l'hébergement de plein air et le véhicule. Il constitue un instrument privilégié de découverte qui attire un nombre croissant de touristes aux revenus supérieurs à la moyenne.

### La demande

La clientèle est généralement âgée de plus de 50 ans, et constituée en grande partie de couples qui ont du temps libre et qui pratiquent des vacances actives (randonnées, sports) et culturelles.

Selon une enquête du cabinet L Harris (2004) :

- 54,8 % des camping-caristes sont constitués de deux personnes tandis que les couples avec 2 ou 3 enfants sont moins de 27 %.
  - Les plus de 50 ans ne cessent de progresser (plus de 63 %)
  - Plus de la moitié des utilisateurs parcourt moins de 10 000 km / an avec une consommation de produits culturels au dessus de la moyenne.
  - 66,3 % des camping-caristes français voyagent en France avec des régions de prédilection comme la Bretagne, la Provence et Midi-Pyrénées.
  - Près de 70 % déclarent ne pas s'arrêter plus de 2 nuits au même endroit. 23 % d'entre eux s'arrêtent dans un camping environ 1 nuit sur 4.
  - 50 % des camping-caristes sont d'anciens campeurs. Ils fréquentent volontiers les terrains de camping.
- 
- Ils se déplacent plutôt durant le printemps, l'été et l'automne.
  - Le camping-cariste est un touriste actif, très mobile et animé d'un esprit de découverte. Il aime être près des centres des villes pour profiter des services et commerces. Habitué à un certain niveau de vie, c'est un grand consommateur.
  - Les principales clientèles étrangères sont les Allemands et les Italiens, suivis par les Anglais, les Belges et les Hollandais.

### L'offre

Le marché français des véhicules neufs et d'occasion sont en progression depuis 1997, le marché de la location également. Plus de 40 000 immatriculations de véhicules neufs et occasion en 2002. Le marché des véhicules neufs a progressé de 9,2 % et des occasions de 10,1% en 2002. Les immatriculations ont été multipliées par 2,5 sur la période 1993-2002.

### Les équipements

L'aire de service permet de satisfaire la demande d'escales rapides par le ravitaillement technique. L'équipement de base est constitué par une desserte en eau potable et un point de vidanges des eaux usées.

Il peut être complété par d'autres équipements tels que poubelles, prises électriques...

L'installation d'une aire nécessite un raccordement au tout-à-l'égout relié à un système d'épuration.

L'aire d'accueil offre les conditions requises pour passer la nuit dans un endroit calme, paysagé et « sécurisé ».

Ce lieu n'a pas vocation à accueillir durablement les camping-cars (48 h maximum). Au delà de cette limite, il vaut mieux les diriger vers un camping.

Elle doit être d'un accès facile et fléchée, dans un environnement agréable, si possible ombragé et calme, avec des emplacements délimités (4,5 X 8 m) sur un sol stabilisé.

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 4** Favoriser la diversité et la qualité des hébergements

**Action 2** Etudier l'opportunité de la création d'accueils vigneron

**Objectifs**

En complément de la réflexion sur la valorisation des savoir-faire, la création d'un réseau d'accueils vigneron, sur le vallon de Marcillac pourrait être étudiée :

- gîtes vigneron
- chambres d'hôtes chez les vigneron

**Descriptif**

Enquête auprès des vigneron du vallon.

Evaluation de l'opportunité.

Appui technique à la création d'hébergements typés, en cas d'accueil favorable de la part des Intéressés.

S'appuyer sur l'initiative du château de Valady (projet ayant bénéficié d'un accompagnement par l'ADEFPAT).

**Pilote**

Enquête et évaluation du potentiel : Pays Ruthénois

**Partenaires**

Réalisation : les vigneron

Partenariats : CDT, CCI, filières professionnels viticoles

**Financement**

Phase préalable à réaliser dans le cadre du travail de structuration du tourisme viti-vinicole  
Aménagements d'hébergements financés dans le cadre des dispositifs existants

**Echéancier**

2009

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 4** Favoriser la diversité et la qualité des hébergements

**Action 3** Mettre en œuvre un soutien renforcé aux porteurs de projets

**Objectifs**

Les capacités d'accueil sont faibles sur certains zones du Pays Ruthénois (vallon de Marcillac, et sud du territoire).

L'appui aux porteurs de projets, publics et privés, doit rester une constante.

**Descriptif**

Le Pays est le relais des organismes départementaux traitant les filières d'hébergements (CCI, CDT, Relais des Gîtes de France...).

Afin d'optimiser l'efficacité des actions d'assistance technique auprès des porteurs de projets, il est important de définir une procédure d'intervention afin que chaque partenaire soit complémentaire.

Ce « qui fait quoi ? » est abordé dans le cadre de l'axe 6 sur l'organisation.

Le pays a vocation d'intervenir en matière d'ingénierie financière, l'ingénierie technique et le conseil en matière de marketing étant du ressort des partenaires départementaux

Certains projets peuvent nécessiter un accompagnement spécifique, appuyé par le Pays, dans le cadre de l'ADEFPAT.

**Pilote** Pays Ruthénois

**Partenaires** Les institutionnels du tourisme du Département et de la Région  
L'ADEFPAT

**Financement**

Projets à financer sur les lignes classiques (Région, Département)

**Echéancier** A partir de 2007

## **AXE 5 – Mener une politique de valorisation du patrimoine et des sites de visite**

### **Objectifs :**

- ✓ Favoriser l'accès et la médiation sur les sites
- ✓ Renforcer l'attractivité et l'adéquation des sites avec la demande

Afin d'éviter un effet catalogue et de hiérarchiser les interventions, il est proposé de définir une stratégie s'appuyant sur le thème **des paysages** :

- **l'interaction de l'homme avec la nature,**
- **les liens entre les arts et savoir-faire et les paysages.**

Ce thème directeur, qui s'inscrit dans le prolongement de l'action du Pôle d'Economie du Patrimoine Dourdou Causse Rougier, pourrait se traduire de trois façons, autant sur le plan thématique que sur le plan géographique :

- un axe Rodez-Conques sur les thèmes de la Route du Roman et de la Route des Trésors
  - o lien entre art, histoire, savoir-faire
  - o lien avec la découverte des vins du Vallon de Marcillac, avec référence à Conques
- un axe Rodez – Ségala
  - o la Route des Métiers
  - o lien avec le Réquistanais et le thème de la brebis
- un noyau ruthénois qui fait la synthèse des thématiques : arts, histoire, paysages, savoir-faire

La démarche de valorisation du patrimoine devra suivre une logique définie dans le cadre d'une démarche d'interprétation du patrimoine des trois entités touristiques du Pays :

- Conques et le vallon de Marcillac
- Le Grand Rodez
- Le Ségala

Cette démarche s'appuiera sur un certain nombre de ressources existantes :

- les inventaires des sites et monuments classés, disponibles auprès des services de l'Etat,
- les monographies cantonales « Al Cantou » réalisées par le Mission Départementale de la Culture
- les acquis du pôle d'économie du patrimoine Dourdou Causse Rougier (charte paysagères, Route des Trésors, supports d'interprétation, tables de lecture du paysages...)
- les inventaires du petit patrimoine réalisés localement (ex. inventaire du patrimoine vernaculaire du territoire de Ségala Vivant)
- les compétences locales (Pays d'Art et d'Histoires, guides interprètes, animateurs du patrimoine)
- le Club des Sites de l'Aveyron

Le schéma touristique et le schéma culturel du Pays Ruthénois trouveront, à travers le thème du patrimoine, des projets communs à mener de concert.

Les musées du Pays Ruthénois sont appelés à jouer un rôle important dans cette démarche :

- il sont les relais thématiques, voire même des têtes de pont pour les plus importants
- il sont des partenaires professionnels en matière de médiation (Musée Fenaille et musée du Rouergue à Salle la Source par exemple).

Il s'agit donc de valoriser ce potentiel dans le cadre d'une politique structurée aboutissant à un ensemble d'actions qui s'adressent à tous les types de publics :

- les habitants du Pays Ruthénois
- les touristes individuels, et en groupes, français et étrangers

L'axe de valorisation du patrimoine comprend 6 actions :

**Action 5.1 : Concevoir une démarche d'interprétation du patrimoine**

**Action 5.2 : Mettre en valeur les sites et monuments**

**Action 5.3 : Développer le guidage dans les sites**

**Action 5.4 : Elaborer un plan de signalétique locale**

**Action 5.5 : Améliorer la prise en compte des besoins des personnes handicapées**

**Action 5.6 : Améliorer l'adaptation des sites et monuments à l'accueil des enfants**

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 5**

**Mener une politique de valorisation  
du patrimoine et des sites de visite**

**Action 1**

**Concevoir une démarche d'interprétation du patrimoine**

**Objectifs**

Mettre en cohérence les différentes composantes du patrimoine du Pays à travers un fil conducteur - paysages, arts et savoir-faire – de manière à proposer des parcours de découverte sur l'ensemble du territoire.

**Descriptif**

Une démarche d'interprétation comprend plusieurs phases :

- la définition des thématiques d'interprétation qui donnent une cohérence aux éléments de patrimoine éclatés sur un territoire
- la construction des discours : ce que « raconte » le patrimoine
- la construction du plan d'interprétation : où parle-t-on de quoi et avec quel média ?

Cette démarche a été conduite sur le territoire du PEP Dourdou-Rougier-Causse. Il s'agit donc de la compléter et de développer sur les autres entités du Pays : Grand Rodez et Ségala

A partir du plan d'interprétation qui donne le cadre, il est possible de concevoir de nombreuses actions de valorisation et prestations de découverte :

- parcours, circuits de sites à sites, visites de villages...
- interprétation de monuments
- guidage
- signalétique d'interprétation
- événements...

La conception de la démarche d'interprétation est à confier à un prestataire spécialisé dans le tourisme culturel et la médiation.

**Pilote**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

CAUE  
ABF  
Mission de la  
Culture

**Financement**

Coût estimatif : 30 000 € HT

**Echéancier**

2007/2008

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 5**

**Mener une politique de valorisation  
du patrimoine et des sites de visite**

**Action 2**

**Mettre en valeur les sites et monuments**

**Objectifs**

Le premier volet, après avoir défini le plan de valorisation du patrimoine, est de rendre accessible, physiquement et intellectuellement, des sites et monuments qui ne le sont pas actuellement, ou de manière peu satisfaisante.

Il s'agit :

- des églises, et notamment des églises fortifiées du ruthénois qui présentent un ensemble remarquable et très original (une quinzaine d'édifices)
- des logiques d'aménagement issues des abbayes, notamment Bonnecombe, qui a façonné le pays Ruthénois
- des sites naturels
- des belvédères propices à la découverte et la lecture des paysages
- du petit patrimoine emblématique comme par exemple les cabanes de vignes dans le vignoble de Marcillac

**Descriptif**

- Réaliser un diagnostic de l'état de conservation des éléments de patrimoine, selon les logiques issues de la démarche d'interprétation, en s'appuyant sur les inventaires existants.
- Etudier les conditions d'accès à des monuments publics tels que les églises (organisation de l'ouverture, mise en sécurité du mobilier, travail sur l'éclairage).
- Construire les discours et les outils de médiation
- Solliciter l'université de Toulouse Mirail (DESS Patrimoine) et fournir des sujets à des étudiants.

**Pilote**

Pays Ruthénois (coordination)

**Partenaires**

CAUE, ABF  
Université  
Collectivités propriétaires des monuments et sites  
Mission de la Culture

**Financement**

Mission de coordination

Etudes de valorisation de monuments et sites à financer, sous maîtrise d'ouvrage des collectivités concernées

**Echéancier**

2008 et années suivantes

**Axe 5**

**Mener une politique de valorisation  
du patrimoine et des sites de visite**

**Action 3**

**Développer le guidage dans les sites**

**Objectifs**

Favoriser le travail de guides nationaux et de guides de pays pour proposer des prestations de découverte de qualité homogène sur le territoire.

**Descriptif**

- Identifier les guides nationaux, mais aussi les guides locaux (« raconteurs »), qui interviennent hors des monuments historiques classés (dont la visite payante est encadrée par la loi).
- Proposer des formations adaptées à découverte du patrimoine du Pays, à destination des personnels des OTSI, des sites de visites et des différents intervenants susceptibles de constituer ce réseau de guides (interprétation du patrimoine, langues).
- S'appuyer sur les ressources humaines du Pays d'Art et d'Histoire (pour Sauveterre de Rouergue), les grands sites du Pays (Conques, Rodez) et les musées (Fenaille, Salles la Source)

**Pilote**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

Réseau des guides interprètes de l'Aveyron  
Musées  
Structures de formation  
Pays d'Art et d'Histoire  
Mission de la Culture

**Financement**

Volet à rapprocher du schéma culturel, afin d'entrer dans d'éventuels dispositifs d'aides régionaux

**Echéancier**

A partir de 2008

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 5** **Mener une politique de valorisation du patrimoine et des sites de visite**

**Action 4** **Elaborer un plan de signalétique locale**

**Objectifs**

Concevoir un plan de signalétique locale, à l'échelle du Pays, comprenant le jalonnement et l'interprétation

**Descriptif**

En cohérence avec le plan d'interprétation :

- Harmoniser la signalétique de jalonnement local (du ressort des collectivités locales), dans le cadre d'un plan global, intercommunautaire, à distinguer du jalonnement des grands sites et monuments historiques réalisé par le Conseil Général.
- Equiper les sites et paysages le méritant d'une signalétique d'interprétation (sélection de sites pour l'expérimentation)
- Concevoir le contenu de la signalétique d'interprétation (tables de lecture du paysage en particulier)

Mission pouvant être confiée à un prestataire :

- plan de jalonnement des sites
- élaboration des contenus et de la forme de la signalétique d'interprétation

**Pilote**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

CAUE  
Conseil Général  
Collectivités locales

**Financement**

A définir en fonction des maîtrises d'ouvrage. Exemple :  
Conception sur base commune : Pays  
Fabrication et pose : collectivités locales

**Echéancier**

2009 - 2010

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 5**

**Mener une politique de valorisation  
du patrimoine et des sites de visite**

**Action 5**

**Améliorer la prise en compte des besoins des personnes  
handicapées**

**Objectifs**

Alors que certains hébergements adaptés à l'accueil de personnes handicapées ont été labellisés « Tourisme et Handicap » sur le Pays Ruthénois, l'offre d'activités adaptées constitue un point faible du territoire.

Il s'agit de proposer une offre de loisirs nouvelle tendant à faire du Pays un territoire particulièrement accueillant pour les personnes souffrant de différents handicaps, en rendant accessible le patrimoine et les sites de découverte.

Cet objectif rejoint celui de l'Etat qui entreprend des actions pour rendre accessible le patrimoine dont il a la charge.

**Descriptif**

- Faire un inventaire, site par site, des lieux patrimoniaux, pour évaluer les potentialités qu'ils offrent pour les 4 handicaps (moteur, auditif, visuel, mental).
- Réaliser les aménagements et adaptations nécessaires pour proposer une prestation de visite adaptée.
- Aboutir à la labellisation « Tourisme et Handicap ».

Plusieurs sites, dans le Pays Ruthénois sont identifiés pour entrer dans cette démarche.

Un travail de sensibilisation et d'animation reste néanmoins à conduire

**Pilote**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

CDT (réfèrent pour le label Tourisme et Handicap)

ABF, Mission de la Culture, CAUE

Collectivités

Musée Fenaille (forme du personnel pour l'accueil des personnes handicapées)

Gestionnaires de site

**Financement**

Mission de sensibilisation, de coordination à réaliser en interne

Aides aux investissements pour rendre les sites accessibles

**Echéancier**

Lancement 2008

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 5**

**Mener une politique de valorisation  
du patrimoine et des sites de visite**

**Action 6**

**Améliorer l'adaptation des sites et monuments à  
l'accueil des enfants**

**Objectifs**

Malgré une avance prise par l'Aveyron avec « Aveyron Junior », trop de sites sont toujours mal adaptés à l'accueil des enfants, que ce soit dans le cadre familial ou en groupes. Des efforts restent à faire au niveau du discours et des médias utilisés pour faire découvrir les sites et monuments.

**Descriptif**

- Sensibilisation des gestionnaires de sites et monuments
  - Diffuser des exemples intéressants de visites pour enfants, réalisés sur différents sites en France
  - Etudier des adaptations par les biais :  
de la formation des gestionnaires  
du conseil individualisé
  - mener des expérimentations avec les nouvelles techniques de communication mobile
- Ce travail peut être réalisé dans le cadre du "Club des Sites" de l'Aveyron auquel adhèrent les principaux sites du Pays Ruthénois

**Pilote**

Pays Ruthénois et CDT

**Partenaires**

Club des Sites

**Financement**

Financement de formation (en partenariat avec le Club des Sites)  
Financement d'une expérimentation avec les nouvelles technologies de guidage

**Echéancier**

2009-2010

## **AXE 6 – Mettre en place un système d’organisation à valeur ajoutée**

Vu ses caractéristiques analysées dans le diagnostic et à travers les orientations stratégiques, le Pays Ruthénois n’a pas vocation à conduire des actions de communication ou de promotion touristique.

Il est par contre un espace de collaboration entre les différents partenaires locaux, départementaux et régionaux du tourisme et dispose de moyens d’ingénierie, en interne, pour mettre en œuvre son programme d’action, en lien avec ses partenaires.

Il relaie les politiques départementales et régionales en matière d’aménagement et de développement et apporte un appui technique aux porteurs (publics et privés) de projets structurant pour le territoire.

Le Pays Ruthénois souhaite s’appuyer fortement sur les offices de tourisme et syndicats d’initiative du territoire pour relayer les programmes de développement et d’organisation de l’offre touristique.

A ces fins, il suscite, avec ses partenaires, des actions de concertation et de formation des personnels des OTSI.

L’organisation touristique nécessite par ailleurs une clarification du rôle de chacun des partenaires de façon à définir un mode opératoire par domaine d’activité (accueil, production, animation des acteurs...) pouvant faire l’objet d’une convention cadre.

**Action 6.1 : Créer et animer un réseau d’offices de tourisme et de syndicats d’initiative**

**Action 6.2 : Concevoir et diffuser un document de sensibilisation des élus sur le poids économique et les enjeux du tourisme**

**Action 6.3 : Formaliser l’organisation locale du tourisme**

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 6** **Mettre en place un système d'organisation**

**Action 1** **Créer et animer un réseau d'offices de tourisme et syndicats d'initiative**

**Objectifs**

Créer une communauté d'intérêt et de compétences entre les OTSI.  
 Faire partager, par les OTSI une vision commune du tourisme.  
 Les doter de nouveaux outils.  
 Favoriser la mutualisation de moyens.

**Descriptif**

**Animation d'une réflexion collective dans le cadre d'une formation-développement pour :**

- développer la communication inter OTSI
- partager des outils de gestion de l'information
- développer un système d'observation économique du tourisme à l'échelle du Pays
- définir de nouvelles missions à conduire à l'échelle du Pays
- engager une politique concertée de mise en production de l'offre
- développer un discours commun et partagé sur les enjeux de l'accueil et du développement touristique
- développer une sensibilisation des élus en vue de la mise en place la taxe de séjour en appui des projets de développement des OTSI

**Envisager des actions de commercialisation s'appuyant sur l'Office de Tourisme**

**Grand Rodez**

- étude juridique et technique nécessaire pour définir les modalités pratiques

**Formation des personnels pour l'utilisation de logiciels communs**

- Logiciel Filemaker

**Pilote**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

Les OTSI et l'UDOTSI  
 Les collectivités dont dépendent les OTSI  
 Les organismes de formation

**Financement**

Formation-développement Adefpat réalisée en 2006 et en cours  
 Formation dans le cadre des dispositifs AGEFOS  
 Appui technique à rechercher pour étudier la question de la commercialisation

**Echéancier**

2006 et 2007

**PAYS RUTHÉNOIS**  
**Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions**

**Axe 6** **Mettre en place un système d'organisation**

**Action 2** **Concevoir et diffuser un document de sensibilisation des élus sur le poids économique et les enjeux du tourisme**

**Objectifs**

Communiquer auprès des élus du territoire et des acteurs économiques sur le poids économique du tourisme, ses effets directs et induits, sur le rôle des OTSI et le « qui fait quoi ? » en matière de tourisme.

**Descriptif**

Réalisation d'un document à diffuser auprès des intercommunalités et à mettre à disposition dans les mairies du territoire.

Organisation d'une présentation dans chaque intercommunalité, en présence des offices de tourisme et syndicats d'initiative

**Pilote**

Pays Ruthénois

**Partenaires**

Les OTSI et l'UDOTSI  
Le CDT

**Financement**

Réalisation en interne

**Echéancier**

2007

## Schéma de territorial de l'économie touristique - Plan d'actions

### Axe 6

### Mettre en place un système d'organisation

#### Action 3

Formaliser l'organisation locale du tourisme

### Objectifs

Définir avec précision "qui fait quoi?" dans tous les domaines de l'économie touristique entre les OTSI, le Pays, le CDT, le CRT .

Rendre le plus lisible possible les rôles et missions des partenaires.

### Descriptif

Préparation d'une convention cadre précisant le rôle et les modalités d'intervention des partenaires du développement touristique dans les domaines touchant à :

- l'accueil et l'information
- la production
- la promotion
- la mise en marché
- l'observation économique

*Voir projet de répartition des fonctions en annexe*

### Pilote

Pays Ruthénois

### Partenaires

Les OTSI et l'UDOTSI

Le CDT et le CRT

### Financement

Réalisation en interne

### Echéancier

2007

***Pays Ruthénois – Proposition de répartition des fonctions***

<b>Fonctions</b>	<b>Collectivité locale OTSI / réseaux locaux</b>	<b>Pays Ruthénois</b>	<b>Département CDT, ART, UDOTSI</b>	<b>Région CRT</b>
Accueil et information	Accueil sur place de tous les publics. Accueil à distance. Editions locales. Echanges entre OTSI et avec Pays et CDT.	Aide à l'organisation des OTSI. Information générale sur les activités du Pays (site internet et bulletin).	<u>CDT</u> : Gestion du système d'information départemental. Editions départementales. <u>UDOTSI</u> : Coordination des OTSI Démarche de qualité Bourse d'échange Formation	<u>CRT</u> : Editions régionales Réseau régional d'information touristique. Maison de Midi-Pyrénées. Club Escapades.  FROTSI : Formation
Production, organisation de l'offre	Montage de produits sur le territoire de l'OT et en partenariat avec des OT voisins. Valorisation de l'offre locale. Organisation de visites guidées, de manifestations...	Coordination, dans le cadre de la politique touristique du Pays. Mise en réseau des acteurs. Appui technique aux porteurs de projets. Relais de la politique départementale.	Animation des filières départementales. Montages de produits (ART).	Qualification de lignes de produits régionales  Appui technique au développement de lignes de produits
Promotion, communication	Promotion de l'offre locale. Conduite d'opérations en partenariat (autres OT et CDT). Outils de communication locaux.		Promotion de l'Aveyron à l'échelle nationale et internationale (avec le CRT). Communication de la destination Aveyron. Relations presse.	Communication de l'image de la Région Promotion de la Région Midi-Pyrénées
Animation des prestataires	Coordination des acteurs locaux. Animation des professionnels. Premier accueil des porteurs de projets.	Ingénierie. Appui aux projets. Animation de réseaux « Pays » (ex. Bistrots).	Appuis aux filières et groupements professionnels départementaux. Ex. : « Club des sites »	Mise en œuvre du Schéma Régional du Tourisme et des Loisirs de Midi-Pyrénées
Commercialisation	Vente de prestations maîtrisées par les OT. OT du Grand Rodez : commercialisation de produits	Appui à un système d'organisation inter OT + ART	ART	Point central de vente régional Maison de Midi-Pyrénées

<b>Fonctions</b>	<b>Collectivité locale OTSI / réseaux locaux</b>	<b>Pays Ruthénois</b>	<b>Département CDT, ART, UDOTSI</b>	<b>Région CRT</b>
Observation économique	Collecte des données. Alimentation de l'observatoire départemental. Enquêtes locales.	Diffusion de l'information « Pays ».	Observatoire départemental. Traitement des données « Pays ».	Observatoire régional. Suivi de la demande et des marchés Suivi de l'offre Veille marketing Animation du centre de ressources

## Programme d'actions : synthèse et priorisation

	ACTION	PILOTE	IMPLICATION FINANCIÈRE	NIVEAU DE PRIORITÉ **** en cours *** priorité n°1 ** priorité n°2 * priorité n°3
<b>AXE 1</b> <b>Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiée</b>	1.1 – Former les offices de tourisme à la méthodologie de montage de produits touristiques	Pays Ruthénois	6 600 € TTC Financement Adefpat acquis	**** En cours
	1.2 – Définir et mettre en œuvre une politique de produits touristiques	Réseau des OTSI	Action d'animation. Budget de fonctionnement des structures concernées	** A réaliser dans le prolongement de l'action 1.1
	1.3 – Organiser les filières d'activités liées aux savoir-faire	Pays Ruthénois	Lancement : budget accompagnement existant (Schéma tourisme) Animation : en interne Investissements : projets d'adaptation des sites de visite à financer – Dossiers à monter au cas par cas	*** Action à initier, en 2007, avec l'appui du cabinet ESPITALIÉ Consultants
	1.4 – Valoriser les produits de la gastronomie locale	Pays Ruthénois	Action d'animation des acteurs coordonnée par le Pays	** dans la suite de l'action 1.1
	1.5 – Valoriser le tourisme vitivinicole	Pays Ruthénois	Action d'animation. Dossiers de financement à monter par la suite (équipements, signalétique, formation...)	* dans le prolongement de l'action 1.3

## Programme d'actions : synthèse et priorisation (suite)

	ACTION	PILOTE	IMPLICATION FINANCIÈRE	NIVEAU DE PRIORITÉ **** en cours *** priorité n°1 ** priorité n°2 * priorité n°3
<b>AXE 2</b> <b>Valoriser les entités touristiques à l'intérieur du Pays</b>	2.1 – Conforter l'organisation touristique des micro-régions	Pays Ruthénois et intercommunalités	Action d'intermédiation. Financements locaux pour le fonctionnement des réseaux locaux d'OTSI.	***
	2.2 – Optimiser l'accueil à Conques	Conques et intercommunalité	Etude d'opportunité : 5 000 € HT Etude de faisabilité technique, économique, juridique : 20 000 € HT	**
	2.3 – Assurer la synergie entre le Pays et les équipements structurants du Grand Rodez	Agglomération du Grand Rodez	Montages financiers par opération d'investissement	**** Cette articulation Pays/Agglomération traverse toute la démarche
	2.4 – Accompagner le pôle des métiers d'art de Sauveterre de Rouergue	Commune de Sauveterre et intercommunalité	Montage financier réalisé. Opération d'accompagnement pouvant être financée (assistance à maîtrise d'ouvrage, ou démarche Adefpat)	** Une fois les artisans d'arts présents sur le site

## Programme d'actions : synthèse et priorisation (suite)

	ACTION	PILOTE	IMPLICATION FINANCIÈRE	NIVEAU DE PRIORITÉ **** en cours *** priorité n°1 ** priorité n°2 * priorité n°3
<b>AXE 3 Développer et organiser l'offre de loisirs de plein air de proximité</b>	3.1 – Participation du Pays à la CDESI	Conseil Général de l'Aveyron	sans objet	***
	3.2 – Développer des boucles de randonnée supports à des produits touristiques	Territoires concernés (Ségala Vivant, intercommunalités)	Participation frais CRDP. Frais d'aménagement éventuels pour certaines portions d'itinéraire	**
	3.3 – Développer des itinéraires cyclotouristes et VTT	Territoires concernés	Guide cyclo / VTT : 30 000 € HT (36 000 € TTC)	*
	3.4 – Améliorer la prise en compte des besoins des personnes handicapées  + Axe 5 - action 5.5	Pays Ruthénois	Lancement : budget accompagnement existant (Schéma tourisme) Animation : en interne Investissements : projets d'adaptation des sites à financer – Dossiers à monter au cas par cas	*** Projet s'inscrivant sur le long terme à engager rapidement, avec l'appui du cabinet ESPITALIÉ Consultants
	3.5 – Créer une base de données des activités de pleine nature	Réseau des OTSI et CDT	Budget des OTSI et CDT	*
	3.6 – Etudier la faisabilité d'équipements structurants	Maître d'ouvrages concernés	Etudes d'opportunité et de faisabilité à financer (10 000 à 30 000 € HT selon le cas)	** ou * selon les projets

## Programme d'actions : synthèse et priorisation (suite)

	ACTION	PILOTE	IMPLICATION FINANCIÈRE	NIVEAU DE PRIORITÉ **** en cours *** priorité n°1 ** priorité n°2 * priorité n°3
<b>AXE 4</b> <b>Favoriser la diversité et la qualité des hébergements</b>	4.1 – Développer un réseau d'aires pour camping-cars	Collectivités concernées	Investissement des collectivités	**
	4.2 – Etudier l'opportunité de la création d'accueils vigneron	Pays Ruthénois	Cf. action 1.5 pour animation Investissements des vigneron pour création d'hébergements	*
	4.3 – Mettre en œuvre un soutien renforcé aux porteurs de projets	Pays Ruthénois	Action entrant dans le fonctionnement courant du Pays	****
<b>AXE 5</b> <b>Mener une politique de valorisation du patrimoine et des sites de visite</b>	5.1 – Concevoir une démarche d'interprétation du patrimoine	Pays Ruthénois	30 000 € HT (36 000 € TTC)	*** Action qui donne le cadre à l'ensemble de l'axe 5. A engager avec l'appui du cabinet ESPITALIÉ
	5.2 – Mettre en valeur les sites et monuments	Pays Ruthénois (coordination)	Financements au cas par cas	** suite à 5.1
	5.3 – Développer le guidage	Pays Ruthénois (coordination)	Action d'animation et de coordination réalisée en interne	**
	5.4 – Elaborer un plan de signalétique locale	Pays Ruthénois	Pays : financement de la conception Collectivités : fabrication et pose	* suite à 5.1
	5.5 – Améliorer la prise en compte des besoins des personnes handicapées	Pays Ruthénois	Cf. 3.4	*** + Axe 3 action 3.4

## Programme d'actions : synthèse et priorisation (fin)

	<b>ACTION</b>	<b>PILOTE</b>	<b>IMPLICATION FINANCIÈRE</b>	<b>NIVEAU DE PRIORITÉ</b> **** en cours *** priorité n°1 ** priorité n°2 * priorité n°3
<b>AXE 5</b> Mener une politique de valorisation du patrimoine et des sites de visite	5.6 – Améliorer l'adaptation des sites et monuments à l'accueil des enfants	Pays Ruthénois et CDT	Financement de formations pour les gestionnaires. Financement d'adaptations techniques et scénographiques sur les sites.	*
<b>AXE 6</b> Mettre en place un système d'organisation à valeur ajoutée	6.1 – Créer et animer un réseau d'offices de tourisme et syndicats d'initiatives	Pays Ruthénois	Formation-développement Adefpat en cours, puis animation réalisée en interne	****
	6.2 – Concevoir et diffuser un document de sensibilisation sur le poids économique et les enjeux du tourisme	Pays Ruthénois	Edition d'un plaquette (en interne)	****
	6.3 – Formaliser l'organisation locale du tourisme	Pays Ruthénois	Réalisation en interne + appui technique extérieur	***