

Il territorio

Il Pays Haut Languedoc et Vignobles si trova nell'ovest del dipartimento dell' Hérault, nel sud della Francia. Si tratta di un territorio profondamente rurale (densità di popolazione di 30 abitanti/km²) composto da 89 comuni (la popolazione di quello più importante è di 7000 abitanti) per un totale di 65 000 abitanti.

Ci sono ambienti ecologici molto diversi dovuti alla dualità climatica (nel sud del territorio, il clima è mediterraneo, e nel nord è atlantico) e alla geologia varia e complessa della zona (foreste naturali di faggi, aranci, e olivi).

Il Pays Haut-Languedoc et Vignobles è un autentico anfiteatro aperto sul mare, con tre grandi piani: gli altopiani montagnosi, i contrafforti e le zone diviticoltura in pianura. Offre una grande diversità del patrimonio naturale grazie alla sua posizione biogeografica che costituisce un elemento di originalità. L'insieme di questi fattori compone un autentico mosaico di paesaggi: montagne, contrafforti, sinuose vallate, pedemontani, pianure,...

In questo territorio poco popolato, la foresta occupa la maggior parte dello spazio (faggi, resinosi, querce, macchie, garighe). Si alternano il bosco e le viti, monocultura quasi esclusiva della parte sud del territorio.

Molti luoghi sono:

- siti e zone protetti,
- paesi dichiarati « Plus Beaux Villages de France » (più bei paesi di Francia),
- riserva nazionale di caccia,
- oggetti del « arrêté de biotope » (decreto del ministero dell'ambiente per tutelare e preservare un'area delimitata) come le Gole della Cesse,
- ZNIEFF (Zone Naturali di Interesse Ecologico Floristico e Faunistico) come le Gole dell'Orb e siti Natura 2 000,...

Questi siti d'interesse vengono completati da altri luoghi emblematici che contribuiscono all'attrattività del territorio.

Le attività

L'agricoltura rimane un settore importante con l'allevamento del bestiame nelle zone di montagna, con ciliegi e castagni nelle vallate, e con la viticoltura in pianura. Il principio guida di questa agricoltura è l'approccio di qualità.

Il settore secondario rimane poco sviluppato ed è principalmente composto da microimprese.

Il settore terziario conosce un forte sviluppo dei servizi, del commercio e del turismo. Intorno a questo settore si sta sviluppando un'economia che genera più sviluppo economico e occupazione in modo indiretto (è il caso del settore della costruzione). Sebbene il progresso turistico della parte nord del territorio è un fattore di sviluppo, il turismo rimane poco strutturato.

La strategia di sviluppo del Pays Haut-Languedoc et Vignobles

Il Pays ha individuato i 26 principali obiettivi di sviluppo nei seguenti 7 campi : economia, ambiente, habitat, patrimonio, servizi alla popolazione, cultura, turismo.

Nel campo del turismo, i primi scopi da raggiungere sono: la professionalizzazione degli attori turistici, lo sviluppo delle destinazioni « Haut-Languedoc » e « Vignobles », lo sviluppo di turismi tematici che sono peraltro sempre più ricercati dalla clientela, e mettere in comune la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica di tutti gli attori turistici.

La professionalizzazione del turismo a tutti i livelli della catena di produzione deve portare a un consumo turistico durevole del territorio, dei suoi prodotti e servizi.

Lo sviluppo turistico tramite il programma LEADER: il concetto dell'*Itinérance douce*

Il Pays Haut-Languedoc et Vignobles sollicita il programma LEADER nello scopo di dedicare i fondi allo sviluppo turistico, con un approccio pluridisciplinare e una strategia multisettoriale, basati sulla combinazione prodotti tipici / ambito naturale / arte di vivere mediterraneo.

Il Pays vuole offrire un'alternativa al turismo balneare soltanto estivo anziché una rottura con lo stile di vita urbano.

Favorendo mezzi di spostamento alternativi alla macchina, il Pays Haut-Languedoc et Vignobles vuole preservare la sua identità, i suoi paesaggi e valorizzare i patrimoni e le produzioni locali.

L'***Itinérance douce*** (mobilità « dolce ») punta a proporre un nuovo modo di scoprire le ricchezze patrimoniali e naturali di un territorio e di consumarne le produzioni, grazie a mezzi di spostamento sostenibili (a piedi, a cavallo, in mountain bike). L'***Itinérance douce*** si baserà su una rete di percorsi ciclabili, equestri, a piedi, e fluviali, spalmati su tutto il territorio. Questa rete collegherà varie zone di interesse tra di loro, e anche con le città vicine e le stazioni turistiche del litorale.

Quest' « altro mezzo di spostamento » richiede un'organizzazione particolare del territorio con misure d'intervento specifiche per quanto riguarda l'accompagnamento degli attori locali, la valorizzazione e la preservazione dei patrimoni, e la promozione dell'offerta turistica. Infatti, l'***Itinérance douce*** deve contribuire a sviluppare il Pays in modo armonioso conciliando la plusvalenza generata dall'attività turistica, il rispetto dell'ambiente e il miglioramento del habitat.

Questo vivo interesse per le attività nella natura (trekking a piedi, a cavallo, in mountain bike, canoa-kayak) anziché l'importante frequentazione degli itinerari tematici (come il cammino di Santiago di Compostella o il canale del Midi, entrambi dichiarati « Patrimonio dell'Umanità ») dimostrano reali prospettive di sviluppo turistico in queste attività.

Per corrispondere all'aspettativa delle clientele (ossia informazioni chiare sull'offerta, disponibili su internet, autenticità dell'offerta, buon rapporto qualità/prezzo, soggiorni tematici ed individualizzati), il Pays Haut-Languedoc et Vignobles deve professionalizzare gli attori turistici sviluppando un turismo « su misura », proponendo offerte di qualità, originali e adatte non solo ad una clientela ma a più clientele con aspettative precise e proprie.

Gli obiettivi

Il progetto ***Itinérance douce*** deve fare del territorio un territorio di eccellenza (accoglienza di qualità, preservazione degli spazi, ricchezza dell'offerta culturale) raggiungendo tre obiettivi generali:

- strutturare il territorio, qualificare e organizzando in rete gli attori turistici
- tutelare, valorizzare e rendere manifesto i potenziali naturali e architettonici del territorio
- promuovere e commercializzare la ***Itinérance douce***.

L'offerta turistica individuata, qualitativa, identitaria e commerciale implicherà l'approccio volontario degli attori locali e la selezione di:

- professionisti del turismo qualificati e formati, veritabili ambasciatori della cultura del territorio (alloggio di qualità, ristoranti di cucina locale, autentici produttori locali),
- luoghi naturali e storici del Pays Haut-Languedoc et Vignobles (quei principali e quei secondari),
- prodotti ambasciatori: passeggiate nei vigneti, festival di musica « *Musique au cœur du vignoble* »,
- una rete di itinerari tematici intorno alle due dorsali del territorio, cioè la Via Verde (sentiero ecologico) del Haut-Languedoc e il Canale del Midi (Via Azzurra, transumanza, cammino di Santiago di Compostella,...).

Una rete di ambasciatori: professionisti impegnati

Il turismo, attualmente poco professionalizzato, è ancora un'attività secondaria che manca di struttura e dunque che rende l'offerta turistica poco chiara.

Questa mancanza di strutturazione costituisce un freno allo sviluppo dell'economia del Pays Haut-Languedoc et Vignobles giacché non genera flussi monetari rilevanti.

La mobilitazione dei professionisti del turismo (proprietari di alberghi, produttori, ristoratori, coordinatori delle enti turistiche, responsabili delle zone turistiche e delle attività nella natura,...) sarà essenziale per la riuscita di questo progetto. Si richiederà un sostegno tecnico e finanziario a favore dell'insieme dei professionisti del turismo :

- Adattando l'offerta già esistente alla domanda
- Creando nuove attività e nuovi servizi
- Costruendo nuove infrastrutture
- Mettendo in sinergia le attività degli attori locali

Questo appoggio si baserà :

- sul miglioramento delle strutture turistiche con un appoggio individuale per l'alloggio per una notte, l'offerta di divertimenti (centri di svago, centri equestri, trekking, mountain bike, canoa-kayak,...), la produzione locale e la ristorazione (identità culinaria e cucina tradizionale), l'informazione turistica,
- sull'organizzazione in rete dell'insieme dei professionisti del territorio con addestramento, scambi di esperienze, incontri ; si creerà un "Club Pro" di una cinquantina di professionisti ambasciatori del territorio per portare avanti azioni di promozione, di comunicazione e di commercializzazione.

Una rete di itinerari tematici, elemento strutturante del progetto

L'*Itinérance douce* si basa sulla creazione di una rete di vie di spostamento sostenibile (a cavallo, a piedi, in bicicletta). Però gli itinerari già esistenti sono privi di collegamento tra di loro, con le zone di ricchezze patrimoniali e naturali locali e mancano anche di una dinamica comune presso gli attori locali.

La rete di itinerari tematici dovrà :

- Corrispondere alle aspettative di tutti gli utenti (soggiorni corti e più lunghi, escursioni di un giorno, uso quotidiano degli abitanti)
- Definire eventuali vie di continuità degli itinerari : per rollerblade, per invalidi, per biciclette,.. ;
- Valorizzare il patrimonio naturale, elemento chiave dell'attrattività turistica e culturale, giacché il paesaggio, la gastronomia e vigneti costituiscono la ricchezza del territorio.

Il Pays organizzerà una rete di ciclopiste con partenza da municipi circostanti e intorno ai principali itinerari (Via verde del Haut-Languedoc e Canale del Midi). Giocheranno il ruolo di « prodotto civetta » nella promozione turistica del territorio. Ogni visitatore potrà creare il proprio itinerario dipendendo dalle sue aspettative: si tratta del turismo « su misura » che desidera sviluppare il Pays Haut-Languedoc et Vignobles.

La ciclopista è un percorso ciclabile di corta o media distanza, lineare, continuo, segnato con picchetti, sicuro e incitatore. Generalmente, una ciclopista è circondata da bei paesaggi e impianti puliti e costituisce un percorso piacevole senza dislivelli eccessivi e su piccole strade tranquille.

Si svilupperanno più attività nella natura (trekking a piedi, a cavallo, in mountain bike, canoa-kayak, scalata, tree-climbing, tiro con l'arco, speleologia, volo libero, attività termali, vinoterapia,...). Lo sviluppo dell'ecoturismo richiederà anche il miglioramento delle condizioni di pratica (accessibilità, qualità, comunicazione,...).

Una rete di zone affascinanti dove si possono praticare molte attività sportive e di benessere

La valorizzazione turistica e economica del patrimonio è una posta importante per l'identità e l'attrattività del Pays e da senso all'offerta complessiva giacché partecipa ai valori di base dell'identità.

La diversità dei paesaggi e dei pasi costituisce la ricchezza patrimoniale del territorio. Ci sono tre assi patrimoniali tematici : l'acqua, le tecniche e il know how, la trasmissione del know how e la storia.

L'offerta turistica si basa sul concetto dell'*Itinérance douce* come mezzo per scoprire le ricchezze patrimoniali del territorio. Pone l'accento su alcuni luoghi turistici principali che bisogna valorizzare per primo svolgendo operazioni emblematiche, visibili, attrattive, e mobilisatrici. L'obiettivo è quello di portare i visitatori ai luoghi secondari collegando questi ultimi con i luoghi principali.

- I siti principali, punto forte dell'offerta turistica, offrono prestazioni di qualità, servizi di ricevimento, un'interpretazione del patrimonio e del sito, una fonte pedagogica (dispositivi museografici),
- I siti secondari possono essere costituiti da testimoni storici più modesti, sono collegati a quei principali con un tema in comune; l'obiettivo è quello di garantire la manutenzione minima stabilendo le strutture; i temi resteranno legati e daranno struttura all'offerta complessiva del territorio.

L'*Itinérance douce* si concretizzerà da sentieri tematici specifici di spostamento sostenibile nei paesi e zone protette del territorio. La storia di questi luoghi si spiegherà grazie a un sistema di video guida e grazie a una segnaletica per i siti meno importanti.

La visita dei paesi si organizzerà in modo da disperdere i flussi di visitatori su tutto il territorio e da fare di questi percorsi un'occasione di piacere imprevisto grazie a temi molto vari come: la letteratura, la pittura, i ricordi, le tracce del passato, il patrimonio industriale ed agricolo.

Lo sviluppo turistico tramite la cooperazione transnazionale

Durante tutte le generazioni del programma LEADER, il Pays Haut-Languedoc et Vignobles è sempre stato presente e attivo nell'ambito della cooperazione tra territori LEADER, in particolare a livello transnazionale.

Per il prossimo programma LEADER, il GAL ha già esaminato idee di cooperazione con l'obiettivo generale di « agire insieme per andare più lontano »:

- da una parte, si tratta di migliorare le tecniche di sviluppo territoriale intensificando gli scambi con i territori rurali che devono affrontare gli stessi problemi;
- dall'altra parte, si tratta di allearsi per sviluppare prodotti e servizi che ogni singolo territorio non potrebbe portare avanti da solo nell'ambito della sua strategia territoriale, per ragioni finanziarie e tecniche o anche di legittimità territoriale.

Queste idee di cooperazione completeranno e amplificheranno l'azione portata dal GAL nel campo del Territorio.

Considerata la priorità data dal Gal, si privilegerà l'asse di cooperazione sugli itinerari patrimoniali. Nel progetto Leader, si tratta di migliorare le tecniche di sviluppo degli itinerari patrimoniali. Questi itinerari permetteranno di scoprire i prodotti tipici, l'alloggio agriturismo e le ricchezze naturali e patrimoniali.

Gli obiettivi ricercati nella cooperazione

Il progetto di cooperazione che vuole attuare il Pays Haut Languedoc et Vignobles mira a sviluppare la visita di luoghi di interesse patrimoniale e turistico mediante l'*Itinérance douce*, con i seguenti 4 obiettivi generici:

- affermare un'identità turistica
- sviluppare l'offerta turistica tanto a livello quantitativo come qualitativo
- riunire i comuni e gli attori locali
- offrire il territorio come destinazione turistica

Questi obiettivi si inseriscono nella strategia territoriale del Pays: il progetto di cooperazione, perfettamente coerente con la strategia del nostro territorio, deve permettere di raggiungere quattro obiettivi precisi.

1. Valorizzare il patrimonio storico, culturale e identitario (5luoghi di interesse)

Le azioni desiderate e da discutere con i futuri partner trattano:

- dell'elaborazione di un sistema di riferimento di un itinerario facendo risaltare l'approccio identitario (patrimonio naturale ed architettonico, arte di vivere, savoir-faire e prodotti)
- del modo d'intervento e di animazione dei vari partner sui luoghi selezionati
- dell'organizzazione di viaggi di « valutazione » ad ogni luogo per valutare la sua pertinenza e possibile integrazione nell'itinerario
- dell'organizzazione di incontri tecnici dedicati all'elaborazione del sistema di riferimento
- dell'attuazione di strumenti di comunicazione comuni: guida turistica virtuale, sito web, guida GPS;
- dell'attuazione di un piano di comunicazione tramite la stampa per l'apertura degli itinerari.

2. Diventare ambasciatore del proprio territorio

Le azioni progettate dal Pays e i suoi partner e da adottare in comune, devono portare a definire:

- un modo di animazione condivisa affinché gli attori locali scoprano e approfondiscano le loro conoscenze del patrimonio turistico e delle caratteristiche del Pays;
- un metodo di consulenza per gli attori turistici nello scopo di migliorare la soddisfazione dei clienti e incitarli a prolungare il loro soggiorno;
- un modo di accompagnamento ai portatori di progetti di alloggi turistici e dell'approccio di qualità da integrare e promuovere;
- l'organizzazione di viaggi di valutazione e di incontri per rifinire i criteri di qualità;
- la redazione di un metodo comune di buona accoglienza.

3. Concepire prodotti turistici tra i partner, si tratterà:

- di capire le tappe del contenuto e dell'approccio proposto
- di condividere esperienze per individuarne le chiavi del successo (visite informative per analizzare le esperienze di altri progetti simili)
- elaborare in partnership i seguenti elementi :
 - la definizione dei punti in comun tra i vari territory,
 - le reti di attori locali suscettibili di integrare il progetto,
 - le faccette e le tappe della comunicazione,
 - lista delle preconizzazioni rispetto alla comunicazione e alla costruzione degli argomenti

4. Scoprire il patrimonio in bicicletta

Le azioni desiderate saranno in relazione con:

- visite informative in altri paesi dove si è portato avanti un progetto con un approccio di protezione e di valorizzazione turistica e patrimoniale tramite un mezzo di mobilità sostenibile (la bicicletta);
- l'individuazione di un metodo di creazione di itinerari: delimitazione, attrezzatura e segnaletica di aree di fermata, strutturazione dell'offerta e formazione dei professionisti;
- individuazione di un metodo di organizzazione: trasporti, alloggio, ristorazione, servizi agli utenti, (noleggio, gestione dei bagagli, riparazione,...)
- elaborazione in partnership:

- di una guida metodologica comune per l'attuazione del progetto
- di tecniche di attuazione del progetto (incontri tra gli agenti, riunioni di informazioni,....)
- redazione di contratti di obiettivi

Convegno di cooperazione

Il Pays Haut Languedoc et Vignobles cerca partner di cooperazione presso territori Leader italiani e spagnoli, i cui obiettivi di cooperazione si inseriscano in questa prospettiva. Questi obiettivi di cooperazione sono il prolungamento della nostra strategia territoriale e per tanto devono necessariamente inserirsi in quella di ogni territorio partner.

La scelta di partner in Italia e Spagna corrisponde alla volontà di una relativa vicinanza geografica con i partner, traduce la coscienza di un approccio mediterraneo del turismo patrimoniale.

La squadra di lavoro del Pays Haut Languedoc et Vignoble e che si mobiliterà sul progetto di cooperazione, è composta da:

- Direttore aggiunto, coordinatrice del Polo Turismo-Patrimonio-Ambiente,
- Responsabile del Turismo-Ambiente,
- Responsabile del Patrimonio,
- Responsabile del Turismo
- Coordinazione amministrativa e finanziaria.

Il Pays Haut Languedoc et Vignobles è un ente pubblico, sindacato misto che associa il Conseil Général de l'Hérault con 89 comuni rurali.

I fondi Leader dedicati alla cooperazione transnazionale sono di 88 000 € e verranno completati da crediti nazionali.

Il calendario di cooperazione desiderato

Il Pays Haut Languedoc et Vignobles ricorrerà al cosiddetto procedimento « dall'idea al progetto », che permette di prendere i primi contatti nello scopo di convalidare il partnership e il contenuto del progetto di cooperazione prima dell'attuazione propriamente detta del progetto.

Questa fase andrà realizzata, se è possibile, prima di settembre 2009 che è la data alla quale il progetto andrà sottomesso alla programmazione dei Gal partner, per poi essere realizzato nel 2011-2012.

Schema di sviluppo tuistico del Pays Haut Languedoc et Vignobles

Il Pays Haut Languedoc et Vignobles appoggia il suo sviluppo turistico su uno schema organizzato in 3 assi e 13 obiettivi:

Asse 1 Accompagnare e raggruppare i professionisti del turismo con lo scopo di organizzare e sviluppare un'offerta di qualità

obiettivo 1: Formare e mettere in rete i prestatori

obiettivo 2: Migliorare e creare un'offerta di alloggi tanto a livello qualitativo come quantitativo

obiettivo 3: Costruire una cultura identitaria

Asse 2 Sviluppare le infrastrutture

Obiettivo 4: Professionalizzare, mettere in rete e impiantare gli enti per il turismo anziché i sindacati d'iniziativa

Obiettivo 5: Sviluppare e creare itinerari tematici

Obiettivo 6: Incentivare e accompagnare la creazione, il rinforzo lo sviluppo di una rete de paesi e poli strutturanti

Obiettivo 7: Accompagnare la strutturazione di attrezzature sportive, di svaghi e attività nella natura

Obiettivo 8: Trovare progetti realizzabili e adottare un procedimento di prospettiva

Obiettivo 9: Armonizzare la segnaletica turistica (da definire con il Comité Départemental de Tourisme)

Asse 3 Mettere in comune e ottimizzare i mezzi di promozione e di comunicazione turistica

Obiettivo 10: Promuovere una comunicazione coordinata

Obiettivo 11: Fissare un calendario di eventi i appuntamenti

Obiettivo 12: Attuare una policia di commercializzazione

Obiettivo 13: Concepire mezzi di animazione, d'informazione e di gestione

Due assi trasversali vengono rafforzare questo schema di sviluppo turistico territoriale: la cooperazione e l'ingegneria turistica, che appoggia i portatori di progetti turistici tanto pubblici come privati.

*** * ***