



STRATEGIE TOURISTIQUE DE L'AUBRAC

Document de présentation

GAP 14/12/2020

SOMMAIRE

1.	Rappel de la commande d'élaboration de la Stratégie Touristique de l'Aubrac	2
2.	Cadrage de la démarche collective	2
3.	Propositions pour la stratégie touristique de l'Aubrac.....	3
3.1	Le territoire de projet.....	3
3.2	Les cibles.....	3
3.3	Proposition du plan d'actions de la stratégie touristique de l'Aubrac 2021/2023	4
3.4	Une organisation coopérative pour des objectifs et un territoire partagés :	7
4.	Les prochaines étapes	12
5.	Les membres du Groupe Projet	13
6.	Les membres du Groupe d'Appui au Projet (GAP STA).....	14



1. RAPPEL DE LA COMMANDE D'ELABORATION DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE DE L'AUBRAC

Accompagnement
ADEFPAT

Une **élaboration** collective et collaborative de **propositions** pour une **stratégie touristique opérationnelle** de l'Aubrac

- Des **objectifs atteignables et mesurables**
- Un **plan d'actions à 3 ans** avec des **indicateurs de réussite mesurables**
- Un **schéma organisationnel des acteurs** (de l'Aubrac) et de **leurs missions** pour sa mise en œuvre et son suivi-évaluation

La **stratégie touristique de l'Aubrac est une contribution** aux stratégies, schémas et programmes existants et à venir (Régions, PNR, Départements, ComCom...)

2. CADRAGE DE LA DEMARCHE COLLECTIVE

Le **Groupe Projet¹** est composé d'une vingtaine de personnes volontaires aux profils variés : prestataires (d'activités, d'hébergement, de restauration...), commerçants, élus, chargés de mission tourisme, responsables d'accueil, agent de voyage, producteurs... accompagnée par un intervenant extérieur Pierre Croizet – Les Décodeurs Associés et par Karine Lagarde, chargée de mission stratégie touristique du PNR.

Son objectif collectif était d'aboutir après 9 sessions de travail d'une journée, à **une proposition de stratégie touristique à l'échelle du Massif de l'Aubrac (Plan d'actions et schéma d'organisation)**.

Cette proposition finalisée est soumise au Groupe d'Appui au Projet² pour validation. Le GAP réunit tous les acteurs et les partenaires qui peuvent apporter individuellement ou collectivement un appui et des compétences au projet (financier, technique, politique, questionnement...). Il permet l'inscription du projet dans son environnement institutionnel et technique.

¹ Liste des membres du Groupe Projet en fin de document

² Liste des membres du Groupe d'Appui au Projet en fin de document

3. PROPOSITIONS POUR LA STRATEGIE TOURISTIQUE DE L'AUBRAC

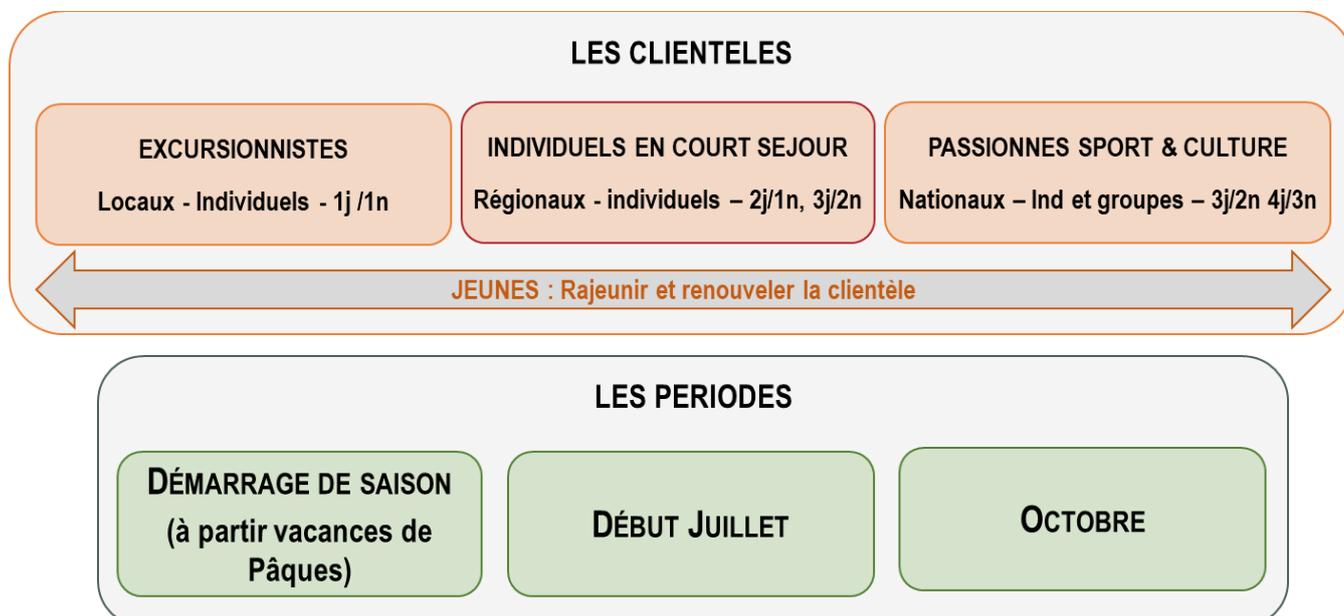
3.1 Le territoire de projet

Le « **Massif de l'Aubrac** » : l'ensemble des communes du Massif de l'Aubrac
+ les communes partenaires du PNR de l'Aubrac



3.2 Les cibles

Le ciblage permet de concentrer nos efforts pour obtenir des résultats dans les 3 ans. Cela ne signifie pas que les autres cibles de clientèles ou de périodes sont mises de côté (e.g. Poursuite des travaux engagés sur le 4 saisons dans le cadre du Pôle de Pleine Nature).



3.3 Proposition du plan d'actions de la stratégie touristique de l'Aubrac 2021/2023

Objectif 1. Faire progresser les résultats d'exploitation touristique sur des périodes à potentiel (démarrage saison, juillet, octobre), à l'échelle du Massif de l'Aubrac

Levier 1.1 Développer l'évènementiel

- Action 1.1.1 Recenser les événements existants et mettre en évidence les manquements (périodes, thématiques)
- Action 1.1.2 Soutenir les événements existants par rapport à des cahiers des charges valorisant la coopération
- Action 1.1.3 Renforcer les animations aux périodes clés avec la création de nouveaux rendez-vous ou thématiques, en lien avec l'offre existante.
- Action 1.1.4 Associer des programmes de séjour aux programmes des événements, pour faire rester les touristes et excursionnistes et les faire venir en amont

Levier 1.2 Promouvoir la destination dans sa globalité

- Action 1.2.1 Mettre en place des outils de communication en ligne et hors ligne : par exemple affiches, comptes sociaux, achat de mots clés, publicités magazines...
- Action 1.2.2 Participer aux salons sous une même bannière avec des offres qualifiées
- Action 1.2.3 Mettre en place une signalétique sur l'A75
- Action 1.2.4 Valoriser les outils et les réseaux existants
- Action 1.2.5 Reconnaître et développer la fonction d'accueil de la « Maison de l'Aubrac »

Levier 1.3 Accentuer l'effort commercial

- Action 1.3.1 Organiser des opérations promotionnelles sur les aires de l'autoroute A75
- Action 1.3.2 Offrir des plus commerciaux / Evènements / Cibles de clientèles.
- Action 1.3.3 Promouvoir et coordonner la digitalisation de la commercialisation des offres

Objectif 2. Optimiser les rapport qualité/prix de l'offre touristique à l'échelle du Massif

Levier 2.1 Donner les moyens aux acteurs du tourisme d'effectuer leur autodiagnostic de valeur prix / qualité

- Action 2.1.1 Elaborer un manuel permettant l'autodiagnostic individuel avec des critères communs.
- Action 2.1.2 Diffuser des référentiels de marques et de labels et accompagner la démarche de progrès, pour favoriser la mise en valeur des spécificités des uns et des autres et inciter à faire progresser l'offre à l'échelle du Massif

Levier 2.2 Créer et animer un réseau d'échange sur la valeur prix / qualité

- Action 2.2.1 Organiser des rencontres annuelles d'échange autour des bonnes pratiques, avec la participation d'experts ou de grands témoins. Prévoir des « flash meetings » sur les bonnes pratiques.

Levier 2.3 Qualifier l'offre de randonnée

- Action 2.3.1 Vérifier les tracés, le balisage, la signalétique et les entretenir ; Réviser et mettre à jour l'inscription des tracés PDIPR/PDESI
- Action 2.3.2 Qualifier les itinéraires en les dotant d'équipement de confort
- Action 2.3.3 Rédiger et diffuser une charte des bonnes pratiques à destination des randonneurs, élargie aux activités de pleine nature
- Action 2.3.4 Compiler l'information sur l'offre de randonnée à destination des clientèles

Levier 2.4 Améliorer la Signalétique touristique

- Action 2.4.1 Créer un espace de dialogue entre le PNR, les collectivités et les commerçants pour mieux promouvoir les services et commerces locaux via la signalétique
- Action 2.4.2 Harmoniser la signalétique sur les sentiers de randonnées et d'interprétation, inciter à l'utilisation des chartes de balisage officielles.

Levier 2.5 Former les prestataires

- Action 2.5.1 Recenser et actualiser l'offre de formations des différents acteurs (CCI, CMA, OT...)
- Action 2.5.2 Organiser des formations spécifiques : adaptation de l'offre aux attentes des clientèles ; questionnaire commun de satisfaction ; formation individuelle des prestataires pour mieux réagir et tenir compte des avis clients ; formation à l'accueil (téléphone, internet, physique)

Objectif 3. Centrer le positionnement sur un territoire riche de sa diversité et des liens qu'il permet de créer, dans une nature singulière, en cheminant de vallées en plateaux et de plateaux en vallées, à la rencontre de soi et de l'Autre, donc dans le respect des habitants, de leurs usages et de l'environnement.

Levier 3.1 Favoriser l'itinérance de vallées en plateaux

- Action 3.1.1 Mettre en place une communication sur l'Aubrac, sur les territoires concernés et vers l'extérieur, centrée sur les périodes cibles hors août (démarrage de saison, juillet, octobre). *Travailler le positionnement de l'Aubrac (lien Vallées/plateaux à ne pas oublier) - Créer l'histoire du territoire*
- Action 3.1.2 Monter un programme d'itinérance des vallées aux plateaux en s'appuyant par exemple sur de l'événementiel (tournant, journées du patrimoine...) et des « installations artistiques » sur les parcours
- Action 3.1.3 Utiliser les valeurs et les orientations de la charte du PNR.
- Action 3.1.4 Créer l'identité Aubrac qualitative, Charte graphique, charte touristique - Identification : l'Aubrac c'est ça.

Levier 3.2 Valoriser les savoir-faire du territoire, lisibilité du territoire à travers eux

- Action 3.2.1 Communiquer sur les savoir-faire.
- Action 3.2.2 Valoriser les métiers, relier les savoir-faire agricoles, artisanaux et touristiques, à travers par exemple des ateliers ouverts aux acteurs du tourisme et aux touristes, le woofing.

Levier 3.3 Promouvoir les valeurs du développement durable par l'Aubrac

- Action 3.3.1 Promouvoir le thème du développement durable : revendication à investir à l'échelle de l'Aubrac ; Mettre en avant ceux qui font des efforts : Marque valeurs parc, Filières...
- Action 3.3.2 Formaliser un schéma d'organisation de l'accueil des camping-cars et véhicules de loisir aménagés

Levier 3.4 Connaître l'Aubrac pour une appropriation du territoire par tous les acteurs et habitants

- Action 3.4.1 Mettre en place une formation/animation spécifique pour les acteurs touristiques « il était une fois l'Aubrac »
- Action 3.4.2 Mettre en place un cycle de conférences sur la connaissance de l'Aubrac, ses richesses, ses spécificités

Objectif 4. Agir en coopération, les uns avec les autres pour mieux faire ressortir la cohérence de l'offre de l'Aubrac.

- Action 4.1 Mettre en place des outils partagés facilitant la connaissance de l'offre, la mise en commun des disponibilités, le renvoi de clientèles en haute saison
- Action 4.2 Réaliser et diffuser une lettre d'information à l'intention des professionnels du tourisme
- Action 4.3 Animer le réseau des acteurs : institutionnels, professionnels, politiques

Objectif 5. Agréger les données touristiques à l'échelle du Massif de l'Aubrac.

- Action 5.1 Créer un observatoire des données touristiques
- Action 5.2 Chiffrer les incidences économiques, pour suivre les évolutions et retombées événementielles et améliorer le Chiffre d'Affaires, pour montrer aux institutions que le tourisme contribue au développement économique et local
- Action 5.3 Compiler les avis émis par les clients sur le web.
- Action 5.4 Mettre en place une veille concurrentielle : prestations locales et extérieures. Donner la possibilité de se comparer, notamment au niveau des prix.

3.4 Une organisation coopérative pour des objectifs et un territoire partagés :

Le Schéma d'organisation découle du plan d'actions.

Sept (7) thématiques transversales au plan d'actions ont été mises en évidence. L'organisation des acteurs autour de ces thématiques favorise la mise en œuvre du plan d'actions :

Structures responsables d'actions

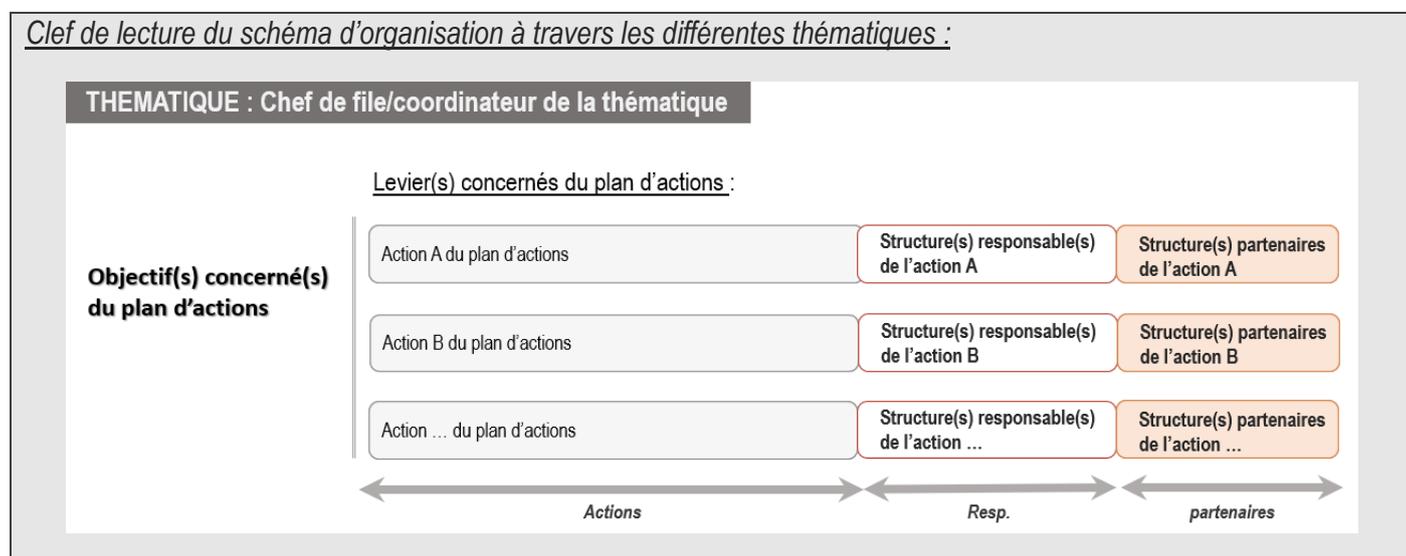
- Pilotent la mise en œuvre des actions pour lesquelles elles ont été désignées

Structures chefs de file par Thématiques

- Assurent la coordination de la mise en œuvre du projet par grande thématique
- Coordonnent les responsables d'actions
- Font remonter au Groupe Projet l'information relative à la mise en œuvre de la thématique concernée

LES THEMATIQUES POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ACTION	LES CHEFS DE FILE /COORDINATION
ATTRACTIVITE : Faire venir plus de touristes/excursionnistes sur le territoire à des périodes clefs	PNR
FORMATION : Professionnalisation des acteurs, montée en compétences	Réseau des OT
INFORMATION ET DIFFUSION : Service aux touristes, augmenter les séjours	PNR
QUALIFICATION : Qualification d'offres de tourisme durable	PNR
PROMOTION/MARKETING : Communication, marketing : intérieur et extérieur	ADT/CDT
COHESION : Mise en place du collectif, partage des valeurs	PNR
OBSERVATION : Donner des éléments de comparaison et de choix	ADT/CDT
SUIVI-EVALUATION : Savoir si la stratégie fonctionne, Pilotage, stop/encore ou adaptation	Groupe Projet / PNR

Clef de lecture du schéma d'organisation à travers les différentes thématiques :



ATTRACTIVITÉ : PNR

Obj.1 :

Faire progresser les résultats d'exploitation touristique sur des périodes à potentiel (démarrage saison, juillet, octobre), à l'échelle du Massif de l'Aubrac

Obj.3 :

Centrer le positionnement sur un territoire riche de sa diversité et des liens qu'il permet de créer, dans une nature singulière, en cheminant de vallées en plateaux et de plateaux en vallées, à la rencontre de soi et de l'Autre, donc dans le respect des habitants, de leurs usages et de l'environnement.)

Levier 1.1 : Développer l'événementiel

1.1.1 – Recenser les événements existants et mettre en évidence les manquements (périodes, thématiques)

1.1.2 – Soutenir les événements existants par rapport à des cahiers des charges valorisant la coopération

1.1.3 – Renforcer les animations aux périodes clés avec la création de 4 nouveaux rendez-vous ou thématiques, en lien avec l'offre existante.



Régions,
départements,
PETR, CdC, Etat

Associations,
coop., socio-
pros

1.1.4 – Associer des programmes de séjour aux programmes des événements, pour faire rester les touristes et excursionnistes et les faire venir en amont



Agences
réceptives,
socio-pros,
ADT/CDT (Lozère résa)

Levier 3.1 : Favoriser l'itinérance de vallées en plateaux

3.1.2 – Monter un programme d'itinérance des vallées aux plateaux en s'appuyant par exemple sur de l'événementiel (tourant, journées du patrimoine...) et des « installations artistiques » sur les parcours



Associations,
Collectivités
locales



FORMATION : Réseau des OT

Obj.2 :

Optimiser le rapport qualité/prix de l'offre touristique à l'échelle du Massif

Levier 2.1 : Donner les moyens aux acteurs du tourisme d'effectuer leur autodiagnostic de valeur prix/qualité

2.1.1 – Elaborer un manuel permettant l'autodiagnostic individuel avec des critères communs.

2.1.2 – Diffuser des référentiels de marques et de labels et accompagner la démarche de progrès, pour favoriser la mise en valeur des spécificités des uns et des autres et inciter à faire progresser l'offre à l'échelle du Massif



CDT/ADT,
Consulaires

Levier 2.2 : Créer et animer un réseau d'échange sur la valeur prix / qualité

2.2.1 – Organiser des rencontres annuelles d'échange autour des bonnes pratiques, avec la participation d'experts ou de grands témoins. Prévoir des « flash meetings » sur les bonnes pratiques



CDT/ADT, réseau
socio-pros

Levier 2.5 : Former les prestataires

2.5.1 – Recenser et actualiser l'offre de formations des différents acteurs (CCI, CMA, OT...)



2.5.2 – Organiser des formations spécifiques : adaptation de l'offre aux attentes des clientèles ; questionnaire commun de satisfaction ; formation individuelle des prestataires pour mieux réagir et tenir compte des avis clients ; formation à l'accueil (téléphone, internet, physique)



Chambres
consulaires ADT/CDT,
CRTs



INFORMATION & DIFFUSION : PNR

Obj.1 :

Faire progresser les résultats d'exploitation touristique sur des périodes à potentiel (démarrage saison, juillet, octobre), à l'échelle du Massif de l'Aubrac)

Obj.2 :

Optimiser les rapport qualité/prix de l'offre touristique à l'échelle du Massif

Objectif 4.

Agir en coopération, les uns avec les autres pour mieux faire ressortir la cohérence de l'offre de l'Aubrac.

Levier 1.2 : Promouvoir la destination dans sa globalité

1.2.5 – Reconnaître et développer la fonction d'accueil de la « Maison de l'Aubrac »

Levier 2.3 : Qualifier l'offre de randonnée

2.3.3 – Rédiger et diffuser une charte des bonnes pratiques à destination des randonneurs, élargie aux activités de pleine nature

2.3.4 – Compiler l'information sur l'offre de randonnée à destination des clientèles

Levier 2.4 : Améliorer la Signalétique touristique

2.4.1 – Créer un espace de dialogue entre le PNR, les collectivités et les commerçants pour mieux promouvoir les services et commerces locaux via la signalétique

4.1 – Mettre en place des outils partagés facilitant la connaissance de l'offre, la mise en commun des disponibilités, le renvoi de clientèles en haute saison



, ADT/CDT, socio-pros

socio-pros, Fédérations APN, associations...

Collectivités locales, ADT/CDT

CdC, Communes, départements

CDT /ADT

Socio-pros,

Actions

Resp.

partenaires

QUALIFICATION : PNR

Obj.2 :

Optimiser les rapport qualité/prix de l'offre touristique à l'échelle du Massif

Obj.3 :

Centrer le positionnement sur un territoire riche de sa diversité et des liens qu'il permet de créer, dans une nature singulière, en cheminant de vallées en plateaux et de plateaux en vallées, à la rencontre de soi et de l'Autre, donc dans le respect des habitants, de leurs usages et de l'environnement.)

Levier 2.3 : Qualifier l'offre de randonnée

2.3.1 – Vérifier les tracés, le balisage, la signalétique et les entretenir ; Réviser et mettre à jour l'inscription des tracés PDIPR/PDESI

2.3.2 – Qualifier les itinéraires en les dotant d'équipement de confort

Levier 2.4 : Améliorer la Signalétique touristique

2.4.2 – Harmoniser la signalétique sur les sentiers de randonnées et d'interprétation, inciter à l'utilisation des chartes de balisage officielles

Levier 3.1 : Favoriser l'itinérance de vallées en plateaux

3.1.3 – Utiliser les valeurs et les orientations de la charte du PNR.

Levier 3.3 : Promouvoir les valeurs du développement durable par l'Aubrac

3.3.1 – Promouvoir le thème du développement durable : revendication à investir à l'échelle de l'Aubrac ; Mettre en avant ceux qui font des efforts : Marque valeurs parc, Filières...

3.3.2 – Formaliser un schéma d'organisation de l'accueil des camping cars et véhicules de loisir aménagés



Collectivités locales (Com, CdC, Départements)

Communes, CdC, FFRP...

ADT/CDT, CRTs, Collectivités, OPA

Collectivités locales, propriétaires fonciers

Actions

Resp.

partenaires

Obj.3 :
Centrer le positionnement sur un territoire riche de sa diversité et des liens qu'il permet de créer, dans une nature singulière, en cheminant de vallées en plateaux et de plateaux en vallées, à la rencontre de soi et de l'Autre, donc dans le respect des habitants, de leurs usages et de l'environnement.)

Levier 3.1 : Favoriser l'itinérance de vallées en plateaux

- 3.1.1 – Mettre en place une communication sur l'Aubrac, sur les territoires concernés et vers l'extérieur, centrée sur les périodes cibles (démarrage de saison, juillet, octobre).
Travailler le positionnement de l'Aubrac (lien Vallées/plateaux à ne pas oublier) - Créer « l'histoire » du territoire
- 3.1.4 – Créer l'identité Aubrac qualitative, Charte graphique, charte touristique - Identification : l'Aubrac c'est ça.

ADT/CDT

CRTs

Levier 3.2 : Valoriser les savoir-faire du territoire, lisibilité du territoire à travers eux

- 3.2.1 – Communiquer sur les savoir-faire.
- 3.2.2 – Valoriser les métiers, relier les savoir-faire agricoles, artisanaux et touristiques, à travers par exemple des ateliers ouverts aux acteurs du tourisme et aux touristes, le woofing

, socio-pros, Consulaires

Levier 3.4 : Connaître l'Aubrac pour une appropriation du territoire par tous les acteurs et habitants

- 3.4.1 – Mettre en place une formation/animation spécifique pour les acteurs touristiques et les habitants
« il était une fois l'Aubrac »
- 3.4.2 – Mettre en place un cycle de conférences sur la connaissance de l'Aubrac, ses richesses, ses spécificités

ADT/CDT

Assos, socio-pros, CdC, consulaires



Obj.1 :
Faire progresser les résultats d'exploitation touristique sur des périodes à potentiel (démarrage saison, juillet, octobre), à l'échelle du Massif de l'Aubrac

Levier 1.2 : Promouvoir la destination dans sa globalité

- 1.2.1 – Mettre en place des outils de communication en ligne et hors ligne : par exemple affiches, comptes sociaux, achat de mots clés, publicités magazines...
- 1.2.2 – Participer aux salons sous une même bannière avec des offres qualifiées
- 1.2.3 - Mettre en place une signalétique sur l'A75
- 1.2.4 – Valoriser les outils et les réseaux existants

ADT / CDT

, CRTs,

CDT/ADT, CRTs,

CD, CdC, DIR/A75

, ADT/CDT, socio-pros

Levier 1.3 : Accentuer l'effort commercial

- 1.3.1 – Organiser des opérations promotionnelles sur les aires de l'autoroute A75
- 1.3.2 – Offrir des plus commerciaux / Evènements / Cibles de clientèles.
- 1.3.3 – Promouvoir et coordonner la digitalisation de la commercialisation des offres

ADT/CDT, CRTs, socio-pros

socio-pros, ADT/CDT, CCI



COHÉSION : PNR

Objectif 4.

Agir en coopération, les uns avec les autres pour mieux faire ressortir la cohérence de l'offre de l'Aubrac.

4.2 – Réaliser et diffuser une lettre d'information à l'intention des professionnels du tourisme



, CDT/ADT, CRTs

4.3 – Animer le réseau des acteurs : institutionnels, professionnels, politique



Groupe Projet, Groupe d'appui au projet, socio-pros, CRTs



OBSERVATION : ADT/CDT

Objectif 5.

Agréger les données touristiques à l'échelle du Massif de l'Aubrac

5.1 – Créer un observatoire des données touristiques

ADT/CDT



5.2 – Chiffrer les incidences économiques, pour suivre les évolutions et retombées événementielles et améliorer le Chiffre d'Affaires, pour montrer aux institutions que le tourisme contribue au développement économique et local

Organisateurs d'événements

CCI / Départements (Obs. de la culture)

5.3 – Compiler les avis émis par les clients sur le web.

ADT/CDT



5.4 – Mettre en place une veille concurrentielle : prestations locales et extérieures. Donner la possibilité de se comparer, notamment au niveau des prix.

ADT/CDT

CRTs



SUIVI-EVALUATION DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE DE L'AUBRAC

SUIVI-EVALUATION

Groupe Projet



Groupe d'Appui au Projet

Action

Responsable.

validation

Ré-examen périodique de la stratégie

- **Evalue l'exécution du plan d'actions** : mise en œuvre et efficacité selon les indicateurs :
- Se réunit au moins deux fois par an, (par exemple au démarrage de la saison et en fin d'année)

- **Valide le projet politiquement** : intégration des actions dans les missions et les politiques des structures du GAP (et inscriptions budgétaires correspondantes)
- Révisé la stratégie au besoin sur sollicitation du groupe projet
- Se réunit au moins une fois par an pour **prendre connaissance du rapport d'évaluation** présenté par le groupe projet

4. LES PROCHAINES ETAPES

- 11/12/2020 : **Présentation au Groupe d'Appui au Projet pour validation** ✓
- 14/12/2020 : **Présentation au Comité Syndical du PNR** ✓
- Fin 2020/début 2021 : **Présentation et validation par les Communautés de communes/OT, ADT/CDT, CD**
 - ➔ **Inscription budgétaire et mise en œuvre des nouvelles actions par les différentes structures**

5. LES MEMBRES DU GROUPE PROJET

Nom Prénom	Structure	Intitulé	Commune	mail
Charlotte Majorel	Les Clés de l'Aubrac - Agence de voyage réceptive	Directrice générale	ARGENCES EN AUBRAC	charlotte@lesclesdelaubrac.com
Serge laborie	Aloa Nature	Gérante	ARGENCES EN AUBRAC	aloanature@gmail.com sergelaborie12@gmail.com
Mylène Gras	PNR de l'Aubrac	Chargée de mission Pole de pleine nature	AUBRAC	mylene.gras@parc-naturel-aubrac.fr
Anne Claire Rollois	Office de Tourisme Terres d'Aveyron	directeur	BOZOULS	anneclaire.rollois@terresdaveyron.fr
Florent Billon	OT Pays de Saint Flour		CHAUDES AIGUES	chaudesaignes.info@pays-saint-flour.fr
Martine Combes	Mairie d'Estaing	Adjointe	ESTAING	martcombes@wanadoo.fr
Perchey Sophie		Agent camping/gîte	ESTAING	sophieperchey@orange.fr
Séverine Dijols Valenq	Communauté de communes Aubrac Carladez et Viadène	Directrice de l'OT Aubrac Laguiolle Carladez Viadène	LAGUIOLE	direction@aubrac-laguiolle.com
Emilie Peigné	Coopérative fromagère Jeune Montagne	Chargée de l'Accueil touristique	LAGUIOLE	accueil@jeunemontagne.fr
Nathalie Bonnal,	Office de Tourisme Gévaudan destination	Directrice	MARVEJOLS	direction@gevaudan-authentique.com
Alexandre Rouzier	Office de Tourisme de l'Aubrac aux Gorges du tarn	Directeur	MASSEGROS CAUSSES GORGES	alex@aubrac-gorgesdutarn.com
Lucien Pagès	La Forge de Milou	Directeur	MUR-DE-BARREZ	lucienpagescr@gmail.com
Laurent Mouliade	La borie de l'Aubrac Aubrac Tourisme/PNR/Mairie de Nasbinals	Gérant	NASBINALS	contact@borie-aubrac.com
Eric Cariou	Communauté de communes Hautes terres de l'Aubrac	Représentant	PEYRE-EN-AUBRAC	ericariou@live.fr
Christelle Moureton	Association des commerçants d'Aumont Aubrac/CCI Lozère/ADECA/OT hautes terres de l'Aubrac	Présidente	PEYRE-EN-AUBRAC	letapedessens@laposte.net
Damien Rochefort	Aubrac Rando / Compagnie des guides de pêche de Lozère	Gérant	PEYRE EN AUBRAC	damienrochefort@gmail.com
Mathilde Bonneville	La Ferme des Esprits Sauvages	Cheffe d'exploitation	SAINT CHELY D'AUBRAC	m.bonneville@hotmail.fr
Vincent cavalié	FAÏ TIRA	Directeur	SAINT CHELY D'AUBRAC	vincentcavalier@gmx.com
Nathalie Moulin	Maison de l'Aubrac	Gérante	SAINT CHELY D'AUBRAC	nathalie.moulin@maisondelaubrac.fr
Pascale Leray	Office de Tourisme des Causses à l'Aubrac	BIT Saint Geniez d'Olt	SAINT GENIEZ D'OLT	stgeniezdolt@causses-aubrac-tourisme.com
Vincent Lissonde	Domaine de l'Ours, Camping	Directeur	SAINT URCIZE	contact@campingaubrac.fr
Bernard porteneuve	PNR de l'Aubrac Mairie de Saint Urcize, Station de ski de Saint Urcize	Référent Pole de Pleine Nature	SAINT URCIZE	bernard.porteneuve@orange.fr bernardporteneuve@gmail.com
Sébastien Veyrières	PEP 15	Directeur	SAINT URCIZE	direction.pep15@orange.fr
Jean Pierre Kirsher	PNR de l'Aubrac Mairie de Saint Pierre ed Nogaret	Référent Culture	SAINT-PIERRE-DE-NOGARET	jean-pierre.kirsher@orange.fr
Daniel Tarrisse	Le Chalet du lac presqu'île de Laussac	Directeur	THERONDELS	daniel.tarrisse@orange.fr
Fabien Martin	AVENGA	Directeur	VMENET	fabien@avenga.fr
Karine Lagarde	PNR de l'Aubrac	Chargée de mission Stratégie Touristique	AUBRAC	karine.lagarde@parc-naturel-aubrac.fr
Pierre Croizet	Les décodeurs associés	Accompagnant "formateur"	BORDEAUX	lesdecodeursassocies@gmail.com

6. LES MEMBRES DU GROUPE D'APPUI AU PROJET (GAP STA)

Structure	Lieu	Représentant(e)	poste occupé
ADEFPAT		Virginie PENDARIES	Conseillère en Formation Développement
CC Aubrac Carladez Viadène	12	Jean VALADIER	Président
CC Aubrac Lot Causses Tarn	48	Jean-Claude SALEIL	Président
CC Causses à l'Aubrac	12	Christian NAUDAN	Président
CC Comtal Lot Truyère	12	Nicolas BESSIERE	Président
CC des Hautes Terres de l'Aubrac	48	Alain ASTRUC	Président
CC des Terres d'Apcher-Margeride-Aubrac	48	Christophe GACHE	Président
CC du Gévaudan	48	Patricia BREMOND	Présidente
CC Saint Flour Communauté	15	Céline CHARRIAUD	Présidente
OT Aubrac, laquiole, Carladez et Viadène	12	Vincent ALAZARD	Président, VP PNR
OT de l'Aubrac aux Gorges du Tarn	48	Michel BOUBIL	Président
OT des Causses à l'Aubrac	12	Christine PRESNE	Présidente
OT Terres d'Aveyron	12	Eric PICARD	Président
OT Gevaudan Destination	48	Olivier BERNE	Vice Président
OT L'Aubrac Lozérien	48	Michèle BASTIDE	Présidente
OT Margeride en Gevaudan	48	Jean Noel BRUGERON	Président
OT Pays de Saint Flour	15	Marie PETIT IMBERT	Présidente
Département - Service tourisme départemental	12	Cécile LACAZE	Direction de l'Animation et des Interventions Territoriales et Touristiques
Département - Service tourisme départemental	15	Pascale MARTIN	Cheffe de service
Département - Service tourisme départemental	48	Emmanuelle SOLIGNAC	Chargée de mission Tourisme
ADT	11	Jean François GAVALDA	directeur
CDT	15	Bruno AVIGNON	directeur
CDT/Relai Gites de France	48	Eric DEBENNE	directeur
Région	AURA	Vincent RABY	Chef service tourisme
Région	AURA	Maria DAPALMA	Référente PNR
Région	Occitanie	Silvère DERJARD-KUMMER	Référent territorial
Région	Occitanie	Dominique LYONNET	Référente PNR
Maison de la Région à Rodez	Occitanie	Elise COSTES	Responsable
CRT	AURA	Delphine CHABERT,	Responsable Outdoor et bien-être
CRT	AURA	Céline CROUZET	Chargée de mission Montagne
CRTL	Occitanie	Sophie MERCIER	Directrice Pôle Qualification Offre et Structuration Produits Occitanie
CRTL	Occitanie	Sophie PIRKIN	Chargée de mission Tourisme durable
ANCT Massif Central		Bertrand CAZAL	Chargé de mission
DDCSPP	12	Laure MOREAU	
DDCSPP	15	Eric CORVAISIER	
DDCSPP	48	Jean FABRE	
CA	12	Dominique DELAGNES/Corinne LABIT	Directeur/Directrice Adjointe
CA	15	David NOYER	Directeur
CA	48	Amaury SOUCHON	Directeur
CDA Bienvenue à la ferme	12	Magaly BRUEL FRAYSSE	Conseillère Agri tourisme
CDA Bienvenue à la ferme	15	Dominique DUFAYET	Animatrice du réseau
CDA Bienvenue à la ferme	48	Christophe ROUX	Responsable agritourisme
CCI	12	Patrick FRAYSSINHES	Responsable Pôle Commerce Tourisme Services
CCI	15	Christophe DOUHET	Directeur
CCI/Asso des commerçants d'Aumont Aubrac	48	Christelle MOURET ON	Présidente de l'asso des commerçants Aumont Aubrac, Membre du Groupe Projet
CCI	48	Violaine BOUCHER	Coordinatrice Conseil-Ingénierie
CMA	12	Christine CABANTOUS	Secrétaire Général / Directeur des Services
CMA	15	Gérard VEYRINES	Secrétaire général par interim - Directeur des services
CMA	48	Florence VIGNAL	Présidente de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de la Lozère
CDOS	48	Michel VALETTE	Responsable APPN
CDOS	12	Jean François ANGLES	Président
CDOS	15	Robert LAGARDE	Président
CPIE	12		
CPIE	15		
CPIE	48	Olivier KANIA	
EDF, service	Lot Truyère	Stéphane CHATAIGNER/Gilette GUIDET	Directeur
ONF	12	François ARTEL	Responsable de l'Unité territoriale Aubrac-Causses
ONF	15	Thomas DARNIS	Naturaliste chargé de mission Environnement
ONF	48	Serge RUMEBE	Mes
ADECA	Aubrac	Marie Philippe DE BEAUREGARD	Présidente
Bureau des accompagnateurs des Monts d'Aubrac	Aubrac	Gonzalo DIAZ	Représentant
Espace Aubrac	Aubrac	Jean Claude FONTANIER	Président
Gites de France	12	Valérie DUCHAT ELLE	Directrice
Gites de France	15	Solange ESCURE	Directrice
La grange au thé	Aubrac	Cécile DUCOULOMBIER	Présidente
ROYAL AUBRAC	12	Roger COUSTY	Gérant
SARL couleur Aubrac	12	Yves SOULHOL	
Station thermale Chaudes Aigues	15		Directeur
Station thermale La Chaldette	48	Serge ALIBERT	Directeur
Syndicat des couteliers	12	Benoit MIJOULE	Coutelier
UPRA Aubrac		Yves CHASSANY	Président
SMAG PNR	PNR Aubrac	Bernard BASTIDE	Président
SMAG PNR	PNR Aubrac	André VALADIER	Président d'honneur
SMAG PNR	PNR Aubrac	Marc GUIBERT	Vice Président et réf Pole de pleine nature
SMAG PNR	PNR Aubrac	Geneviève GASQ BARES	Membre du Bureau Réf ADEFPAT
SMAG/Mairie de Saint Geniez d'Olt et d'Aubrac	PNR Aubrac	Marc BORIES	Membre du Bureau, Président de la commission Tourisme CC des causses à l'Aubrac
SMAG PNR	PNR Aubrac	Jean Pierre KIRCHER	Membre du Bureau Réf Culture, Membre du Groupe Projet, hôte
SMAG PNR	PNR Aubrac	Laurent MOULIADE	Membre du Bureau Réf Tourisme, Membre du Groupe Projet, Hôte
SMAG PNR	PNR Aubrac	Bernard SCHEUER	Membre du Bureau Réf Marque Valeurs Parc
PNR de l'Aubrac	PNR Aubrac	Arnaud DAVID	Directeur
PNR de l'Aubrac	PNR Aubrac	Karine LAGARDE	Chargée mission Stratégie touristique